

IBM WebSphere Commerce



基础

版本 5.5

IBM WebSphere Commerce



基础

版本 5.5

注意！

在使用本资料及其支持的产品之前，请务必阅读『声明』部分中的一般信息。

第一版（2003 年 6 月）。

本版本适用于 IBM WebSphere Commerce Business Edition V5.5、IBM WebSphere Commerce Professional Edition V5.5 以及所有后续发行版和修订版，直到在新版本中另有声明为止。确认您正在使用本产品级别的正确版本。

IBM 欢迎您提出宝贵意见。您可以通过使用在以下 URL 提供的在线 IBM WebSphere Commerce 文档反馈表来发送意见：

<http://www-3.ibm.com/software/webservers/commerce/rcf.html>

当您发送信息给 IBM 后，即授予 IBM 非专有权，即可以它认为合适的任何方式使用或分发此信息，而无须对您承担任何责任。

© Copyright International Business Machines Corporation 2000, 2003. All rights reserved.

关于本书

文档描述

本指南提供了关于 WebSphere Commerce 的一般信息。它计划向一般读者提供 WebSphere Commerce 的简明概述。

本书中使用的约定

本书使用以下突出显示约定：

粗体 表示命令或图形用户界面（GUI）控件，如字段名、图标或菜单选项。

等宽体 表示完全按显示原样输入的文本示例和目录路径和目录名。

斜体 用于强调单词。斜体也表示必须根据您的系统来替代相应值的名称。

Business

表示特定于 WebSphere Commerce, Business Edition 的信息。

Professional

表示特定于 WebSphere Commerce, Professional Edition 的信息。

B2B

表示特定于商家到商家业务模型的信息。

B2C

表示特定于消费者直销业务模型的信息。

目录

关于本书	iii
文档描述	iii
本书中使用的约定	iii

第 1 部分 概述 1

第 1 章 电子交易软件简介	3
WebSphere 的不同之处	3
获利市场营销	4
世界一体化	4
这是一个移动的世界	4
为您的站点带来活力	4
为什么用 Java™?	5
万能工具	5
这对您意味着什么?	5

第 2 章 WebSphere Commerce 概述	7
产品出售物	7
WebSphere Commerce 组件	8
必需的组件	8
WebSphere Commerce 捆绑软件描述	10
IBM WebSphere Commerce Studio	11

第 3 章 WebSphere Commerce Server 13	13
工具	15
WebSphere 贸易加速器	15
子系统	15
公共服务器运行时	16
上下文交互作用引擎	17
商业实施	17
WebSphere 平台	18

第 2 部分 开发商店 19

第 4 章 规划站点	21
组建站点开发组	21
收集需求	23
设计	24
商店开发	24
数据管理	24
产品目录开发	25
测试	25
部署	25

第 5 章 创建商店	27
什么是网上商店?	27
业务模型	27
商店类型	29
样本商店	29

第 6 章 创建在线产品目录	35
了解在线产品目录	35
产品目录数据	36
产品目录显示页面	37
产品目录关系	37
创建主产品目录	38
装入程序软件包	38
发布和装入程序软件包	38
维护在线产品目录	39
产品目录搜索	39
添加产品目录搜索至站点	40
可配置产品	40

第 3 部分 管理和维护站点和商店 41

第 7 章 站点管理	43
系统管理	43
消息传递服务	44
管理控制台	44
配置管理器	44
组织管理控制台	45
信息资源	45

第 4 部分 运行商店前台 47

第 8 章 管理库存	49
确定如何管理库存	49
库存分配	50
使用 WebSphere 贸易加速器管理库存	50
设置库存子系统	51
管理库存	51
预期库存记录	52
特别库存接收	52
分步过程	52

第 9 章 管理产品目录	53
类别管理	53
消费者直销商店的主产品目录	53
商家直销商店的主产品目录	54
管理类别	54
分步过程	55
产品管理	55
产品、库存标识、捆绑销售商品和成套商品的特征	60
创建产品、属性和库存标识	61
分步过程	63

第 10 章 管理客户信息	65
客户注册信息	65
更改客户注册信息	65
分步过程	66

第 11 章 客户服务	67
设置和使用客户服务	68
分步过程	69
第 12 章 管理订单	71
处理客户订单	71
分步过程	73
第 13 章 退货	75
退货原因	75
处理退货	75
退货商务策略	75
系统拒绝的退货	76
分步过程	77
第 14 章 市场营销	79
折扣	79
折扣类型	80
分步过程	81
电子广告位	82
客户概要文件	83
客户概要文件管理	83
竞销	84
推荐销售活动	85
带有条件的推荐销售活动	86
推广广告	86
竞销管理	87
促销	87
赠券促销	87
分步过程	90
第 15 章 销售策略	93
销售策略关联	93
分步过程	94
产品顾问	94
确定产品目录数据是否适合产品顾问	95
分步过程	96
第 16 章 拍卖	97
供拍卖参与方使用的功能	97
拍卖类型	98
设置 WebSphere Commerce 拍卖	99
为商店管理拍卖	99
为客户管理拍卖	100

分步过程	100
第 17 章 报表和商务智能	101
分析和商务智能	101
闭合循环分析	102
WebSphere Commerce 运营报表	102
帐户管理报表	102
合同管理报表	102
预期库存管理	102
库存报表	103
市场营销报表	103
产品管理报表	104
退货管理报表	104
装运异常	104
第 18 章 管理业务关系	105
商业帐户	105
合同	105
客户权利	105
为客户创建组织、帐户和合同	106
第 19 章 报价请求 (RFQ)	109
RFQ 过程	110
分步过程	111
第 20 章 协作	113
设置和使用协作工作空间	114
分步过程	115
附录. 何处可找到信息	117
WebSphere Commerce 联机帮助	117
WebSphere Commerce Studio 联机帮助	117
Web 上的进一步信息	117
支持	117
软件伙伴	117
红皮书	117
WebSphere Commerce 产品文档	118
词汇表	119
声明	135
索引	139

第 1 部分 概述

本书的此部分介绍了电子交易软件，并讨论 WebSphere Commerce V5.5 的一些主要商务功能。同时还包含了概述章节，对产品出售物加以描述。

第 1 章 电子交易软件简介

仅仅是数年之前，大多数公司的目标还是拥有介绍公司和公司提供的产品或服务的 Web 站点。但是现在这种时代已经过去了。

为了在全球市场中保持竞争力，网上商家不得不提供比以前更高级的客户服务和支持。客户在访问电子交易 Web 站点时，他们的最低期望便是能够浏览在线产品目录、向购物车添加产品、使用信用卡进行安全购买以及指定交付地址。但是，这还远远不够。客户已经非常了解因特网，他们的期望也在增长。他们希望使用自己选择的语言和货币购物，希望得到按照自己的兴趣提供的个性化服务，因为他们没有太多时间浏览产品目录。他们还希望智能助理来代替商店售货员并可为他们提供有用的产品推荐。不久之后，客户又会希冀使用手持式设备进行购物。

对电子交易软件功能的更改不仅仅局限于客户的视角。对于许多商家来说，电子交易已经从试验性项目变为他们的核心业务的不可分割的一部分。因而许多非技术人员现已成为电子交易过程的一部分。市场部和销售经理将以更复杂的方式使用电子交易软件创建市场竞销、将产品面向特定的客户群以及监视竞销成果。

随着时代的改变，业务过程也发生了变化。电子交易软件已与现有软件系统集成，以便商家可以维护单一的客户和产品信息源。这样，客户就可以在购买前知道产品是否有现货。同样，商家与他们的供应商的联系也越来越紧密，这使得他们对客户请求的响应也更加迅速。

WebSphere Commerce 现已更新到第五版，它可以满足客户和商家不断增长的期望和需求。使用 WebSphere Commerce 建立电子交易站点可将访问者转变为购买者。

WebSphere 的不同之处

电子交易站点需要构建在一个强大的平台上。使用 WebSphere 软件可获得满足行业标准且具有高性能、可靠性、可伸缩性和安全性的产品。这些要求是建立电子交易站点必须满足的。

基础 WebSphere 平台由 WebSphere Application Server 提供，它是一个电子交易应用程序使用的功能强大的服务器。它支持 Java™、Enterprise JavaBeans 和 JavaServer Pages 文件等行业软件标准，并具有与企业数据库和交易系统交互的强大功能。

WebSphere 平台包括 MQSeries®，它是一种中间件产品，使您能够将电子交易应用程序与后端系统集成在一起。将应用程序集成起来有助于维护单一数据源，从而使您能够迅速有效地响应客户的请求。

WebSphere 软件系列具有一套完整的工具，用于扩展 WebSphere 平台的功能。有两种产品与 WebSphere Commerce 关系尤为紧密：VisualAge for Java 和 WebSphere Studio。VisualAge for Java 为程序员提供完整的 Java 开发环境，包括 Enterprise JavaBeans 支持。WebSphere Studio 可为 Web 开发者提供完整的 HTML 开发环境（包括 JavaServer Pages 技术支持）。

WebSphere Commerce 充分利用 WebSphere 平台，使您能够建立性能和可靠性值得您信赖的电子交易系统，从而允许您专心创建可使您的企业领先一筹的、独特的、能够增值的应用程序。

获利市场营销

过去，处理电子交易软件一直是程序员、站点管理员和 Web 领导的职责。而市场部经理呢？他们负责创建竞销：“买一赠一”或“以优惠价进行回到学校销售”。销售产品时，市场部经理需要与电子交易系统交互，WebSphere Commerce 可实现该需求。

WebSphere 贸易加速器为市场部经理提供了一套综合工具。首先，创建用来定义客户情况调查、购买历史和其它属性的客户概要文件。使用竞销活动将广告瞄准特定客户群。“闭路市场营销”过程使您能更加了解客户并更好地为他们服务。可从 WebSphere 贸易加速器访问的强大的商务智能系统报告市场竞销的相对成功率以及客户分布情况调查结果。这些报表提供的反馈信息可用于评估最近的竞销并对将要进行的竞销进行更改。从而完成市场竞销的生命周期。

世界一体化

您将不再仅在本地社区销售商品，因此让全球的客户都可访问您的电子交易站点已成为一种必需。那么该如何做起呢？当客户访问您的站点时可以通过注册告诉您：他们的姓名、来自哪个国家或地区？首选语言以及所用的货币。WebSphere Commerce 可利用它先进的多文化支持实现上述功能。

当客户查看产品信息时，应该用他们的首选语言和货币向他们显示这些信息。您不得不对所有的文本信息进行翻译，但是向国际客户销售商品时，这样做很值得。

您自己的员工可以通过他们选择的语言使用 WebSphere Commerce。

这是一个移动的世界

使用 WebSphere Commerce 界面可以从普及计算设备，如蜂窝电话、PDA（个人数字助理）和 I 模式设备，访问网上商店，从而使您的业务向更广泛的对象开放。

为您的站点带来活力

在站点上添加拍卖功能将有助于将客户吸引回您的站点。此时您可以从各种不同的拍卖类型中进行选择：

- 公开叫卖：所有投标都可以公开查看
- 封闭投标：只有拍卖管理员可以看到所有投标
- 荷兰式拍卖：从高价投标开始看谁会购买

还有什么处理多余商品的更好方式？事实上，在因特网上通过拍卖方式出售的商品平均起来都会以高于标价的价格售出。

在您的站点添加一个销售辅助，通过它可对产品类别所知甚少的客户进行导购。而那些对产品类别了解颇多的客户则可通过从列表中选择所需产品特征进行浏览。当客户的选择范围缩小时，他们就可以将类似的产品并列比较了。

为什么用 Java™?

WebSphere Commerce 使用基于 Java 编程模型的开放式体系结构，使应用程序开发者能够修改和添加命令来定制商店的行为。使用 Java 的原因如下：

- Java 代码比 C++ 代码更易于创建和维护，因此应用程序开发者在定制商店运作时工作效率更高，并使他们的代码更为可靠。此外，寻找精通 Java 的程序员比精通 C++ 的程序员更容易。Java 是面向对象的语言，因此应用程序开发者可使用可重用的部分快速编写应用程序。而且 Java 的扩展（如企业 bean）可使其成为用于客户机 / 服务器的分布式应用程序的理想语言。
- JavaServer Pages 文件比 Net.Data® 宏更易于创建和维护，因此具有基本 Web 技能的 Web 设计者都可以创建或修改商店页面。而在以前的发行版中，设计商店页面的任何人都必须具备 Net.Data 编程技巧。通常，Web 设计者更擅长图形设计而不是编程。
- Java 应用程序的可移植性比 C++ 应用程序更强，因此您的开发和生产系统可以不必相同。

WebSphere Application Server 支持 Java 环境。要处理 JavaServer Pages 文件、运行 servlet 和启用企业 bean，则需要高性能、高可靠性和安全性的应用程序服务器。WebSphere Application Server 为 java 应用程序提供一种强大的环境，使其成为您的电子交易 Web 站点的坚实基础。

万能工具

创建和运行商店需要员工们具有多种技巧并熟悉多种专用工具。

对于 Web 设计者，WebSphere Commerce Studio 提供了一种完整的 Web 开发环境。可使用 Page Designer 编辑 HTML 或 JavaServer Pages 文件，使用 WebSphere Studio 管理有用资源。然后，可将作品发布到 WebSphere Commerce Server 并测试结果。

对于应用程序开发者，VisualAge for Java 提供一种完整而优秀的 Java 开发环境。可使用 VisualAge for Java 创建或扩展 WebSphere Commerce 命令、Enterprise JavaBeans 和数据 bean。然后，将作品发布到 WebSphere Commerce Server 并测试结果。

对于站点管理员，WebSphere Commerce 在 WebSphere Commerce 管理控制台中提供了性能监视工具来帮助保持各事项平稳运行。也可以使用管理控制台并通过提供对系统的不同用户的访问控制来维护安全性。

对于市场部经理来说，使用 WebSphere 贸易加速器界面可显示、定价和销售网上商店中的产品并分析客户行为。

对于客户服务代表来说，使用 WebSphere 贸易加速器界面可管理客户订单、客户信息和支付信息。

这对您意味着什么？

为了您的电子交易需要，WebSphere Commerce V5.5 提供完整的解决方案。在好评如潮的软件如 DB2、WebSphere Application Server 和 VisualAge for Java 上运行可为您的电子交易站点提供安全、可伸缩和高性能的基础。使用开放式体系结构时，WebSphere Commerce 可高度定制以满足您的全部需求。









本书的其余部分更加详细地描述了 WebSphere Commerce 解决方案。

第 2 章 WebSphere Commerce 概述

本章描述了 IBM WebSphere Commerce 系列产品，并列出售物中包含的各个软件组件。

产品出售物

WebSphere® Commerce 5.5 在以下平台的 Professional Edition 和 Business Edition 中可用:

-  AIX®
-  OS/400® for iSeries™
-  Linux
 - Linux for xSeries™
 -  Linux for IBM® @server iSeries
 -  Linux for IBM @server pSeries™
 -  Linux for IBM @server zSeries™ and S/390®
-  Solaris Operating Environment
-  Microsoft® Windows® 2000

WebSphere Commerce 包括以下内容:

- WebSphere Commerce 的组件:
 - WebSphere Commerce Server
 - WebSphere 贸易加速器
 - WebSphere Commerce 管理控制台
 - 装入程序软件包
 - 产品顾问
 - WebSphere Commerce Analyzer V5.5
 - WebSphere Commerce Payments 3.1.3, 其中包括:
 - Paymentech 支付卡匣
 - VisaNet 支付卡匣
 - BankServACH 支付卡匣
 - CustomOffline 卡匣
 - OfflineCard 卡匣
 - Blaze Rules Server 和 Blaze Innovator Runtime V4.5.5
- IBM DB2 通用数据库™版本 8.1 FP1
- IBM DB2 Extenders™ 8.1 FP1 ( 对 OS/400 for iSeries 不受支持。)
- Intelligent Miner™ V8.1

- IBM HTTP Server 1.3.26 ( 对于 OS/400 for iSeries, 不包括该项。请参阅 *WebSphere Commerce Installation Guide for iSeries* 以获得详细信息。)
- WebSphere Application Server Network Deployment, V5.0 , 其中包括:
 - WebSphere Application Server 基本产品
 - WebSphere Application Server Edge Server 组件
 - WebSphere Application Server 工具箱
-   IBM Developer Kit, Java Technology Edition 1.3.1 SR3W
-  Java 2 SDK, Enterprise Edition 1.3.1 FP5
-  IBM Developer Kit, Java Technology Edition 1.3.1 SR3W
- IBM Directory Server 4.1.1 ( 对 OS/400 for iSeries 不受支持。请参阅 *WebSphere Commerce Installation Guide for iSeries* 以获得详细信息。)
- 由 LikeMinds 5.5 驱动的 WebSphere Commerce Recommendation Engine
- Lotus® SameTime 3.0
-  Lotus QuickPlace™ 3.0

有关硬件和软件要求的附加信息, 请参阅适合您的平台和版本的《*WebSphere Commerce 安装指南*》。

WebSphere Commerce 组件

本节提供了关于 WebSphere Commerce 组件的详细信息。

必需的组件

WebSphere Application Server

WebSphere Commerce 包含 WebSphere Application Server。此 Web 应用程序服务器是一种高性能的 Enterprise JavaBeans (EJB) 服务器, 它实现 EJB 组件与业务逻辑相结合。它支持多个平台、数据库和事务系统, 支持 servlet, 并提供基于 Java 的网关和 EJB 连通性。关于 EJB 规范的信息, 请参阅 www.java.sun.com Web 站点。

Web 容器支持: Web 容器是 Web 应用程序服务器的一个组件, 它管理 servlet。servlet 是运行在启用了 Java 的服务器上的 Java 程序。servlet 扩展了 Web 服务器的功能。例如, 某个 servlet 可创建动态 HTML 页面来响应客户机请求。而另一个 servlet 可管理多客户机连接、接受客户机请求, 并将响应广播到所有有关的客户机上。








过去, 服务器端的请求通常由 CGI (公共网关接口) 程序处理。servlet 因其运行时系统开销低、更易移植和维护而优于 CGI 程序。


Web 容器管理 servlet 的创建和删除, 并为接收到的每个 URL 分派适当的 servlet。Web 容器还指定在启动时哪个 servlet 应自动装入内存, 以及接收到初次请求时哪个 servlet 应装入。对于 Commerce Studio 来说, 负责编译所有对客户机生成响应的 JavaServer Pages 文件的 servlet 尤为重要。

在 WebSphere Commerce 环境中，编译成 servlet 的 JSP 文件用来显示产品目录的类别和产品页面。另外，还可以利用 WebSphere Application Server 提供的 servlet API 的扩展功能。例如，有一种扩展可让您跟踪将访问者介绍到您站点的页面。

DB2 通用数据库

DB2 通用数据库是 WebSphere Commerce 产品的缺省数据库。DB2 存储与商店、商店产品和服务相关的所有数据和所有客户数据。




    WebSphere Commerce 包括 DB2 通用数据库企业版。   或者，也可以将 Oracle 用作数据库，但是此软件没有包含在内。


 OS/400 for iSeries 包含 DB2 通用数据库。请确保已安装最新的 PTF。

Web 服务器

    由 Apache 驱动的 IBM HTTP Server 是 WebSphere Commerce 产品的缺省 Web 服务器。IBM 已增强 Apache Web 服务器的功能。它的功能包括以下方面：

- 支持 SSL 安全连接
- 远程配置
- SNMP 支持
- LDAP 支持
- 为静态 HTML 页面服务的快速响应高速缓存加速器

   IBM HTTP Server 是所提供的 Web 服务器；但是，您可以使用 Domino™ Web Server 或 Netscape iPlanet。Domino Web Server 和 Netscape iPlanet 未包括在内。

 IBM HTTP Server OS/400 for iSeries 是 WebSphere Commerce 产品的缺省 Web 服务器。

Blaze Advisor Rule Engine 和 Rule Server

Blaze Advisor Rule Engine 监视、执行并优化 Blaze Advisor Builder 创建的个性化设置和商务规则的性能，从而支持个性化的电子商务应用。与 Blaze Advisor Rule Engine 集成后，Blaze Advisor Rule Server 可为多个并发客户提供独特定制的电子商务服务。WebSphere Commerce 使用 Blaze Advisor Rule Server 处理规则并提供个性化的市场营销内容，包括广告和推荐销售技巧。WebSphere Commerce Server 并入了此服务器。这两个产品都是 WebSphere Commerce 安装软件包的一部分，而且都是 WebSphere 贸易加速器所必需的。

Blaze Advisor Innovator Runtime

Blaze Advisor Innovator Runtime 使您不用编程就可很容易地创建和更改商务规则。您可以定义或调整评估条件、定价和其它动态业务策略，并尽快按电子商务市场的需要使其投入运行。此产品是 WebSphere Commerce 安装软件包的一部分，而且是 WebSphere 贸易加速器所必需的。

IBM WebSphere Commerce Payments

WebSphere Commerce Payments 是一台与协议无关的在线商家支付事务处理服务器。它与商家软件系统集成在一起，可提供类似现金收银机的功能来管理支付处理。

要提供特定的支付功能可将卡匣插入到 WebSphere Commerce Payments 中。卡匣是将一般 WebSphere Commerce Payments 消息解释为特定于支付协议的消息的软件组件。然后将消息发送到适当的支付网关进行进一步的处理。每个卡匣都提供对特定电子支付系统的支持，且框架可同时处理多个卡匣。使用卡匣可使 WebSphere Commerce Payments 易于实现、更改和更新。

WebSphere Commerce 提供以下支付卡匣：

WebSphere Commerce Payments cassette for VisaNet

此卡匣允许 WebSphere Commerce Payments 用户将实时的因特网信用卡交易发送至 VisaNet 系统以供处理。该卡匣使商家可以利用 VisaNet 6.0 授权和数据划款（Authorization and Data Capture）服务的电子交易信用卡部分。授权消息按照 EIS 1080 V6.0 规范格式化。数据划款消息按照 EIS 1081 V6.0 规范格式化。

如果希望使用 VisaNet 进行支付处理，则必须安装 VisaNet Cassette。

BankServACH Cassette

BankServACH Cassette 与 BankServ 支付网关一起使用，以使用作与 Federal Reserve（美国政府）所操作的 Automated Clearing House（ACH）系统的接口。BankServACH Cassette 使在线电子支票交易得以在各种金融机构中使用。BankServACH Cassette 通过与 BankServ 支付网关（它将交易数据转发给 ACH 系统以供日常自动清算）通信，代表商家收集付款。

Paymentech Cassette

Paymentech 卡匣使得 WebSphere Commerce Payments 的用户可以通过租用线路连接来访问 Paymentech 的 Salem 网关。2 Paymentech Supplement 卡匣。它提供了信用卡的在线授权和结算以及非基于 PIN 的借记卡支付。Paymentech 卡匣向商家提供了向要处理的 Paymentech 系统发送实时因特网信用卡交易的能力。而且，Paymentech 卡匣支持先前的授权检测、地址验证服务（AVS）和卡验证代码（CVC）以确保数据完整性和有效性。

CustomOffline 卡匣

CustomOffline 卡匣对手工支付方式（例如 C.O.D. 和 Bill Me）是可用的，并且允许商家定义自己的脱机支付处理方法。在 CustomOffline 卡匣中，每个脱机方式都由不同的帐户所代表。

OfflineCard 卡匣

Payments OfflineCard 卡匣用于客户在结帐页面提供了支付卡信息的支付。OfflineCard 卡匣把该信息记录在 OfflineCard 卡匣的 WebSphere Commerce Payments 数据库表中。商家管理员稍后可以使用“支付”用户界面来手工处理支付。

在 WebSphere Commerce Payments，不再支持 SET™ 和 CyberCash 电子货币支付方式。

WebSphere Commerce 捆绑软件描述

以下信息描述了与 WebSphere Commerce 捆绑在一起的软件。除非另外指出，否则软件是可选的。

IBM SecureWay Directory

 IBM SecureWay Directory 为您提供公共目录，以减少

因目录特定于应用程序而引起的高成本。IBM SecureWay Directory 是一种用于安全性和电子商务解决方案的跨平台、高度可伸缩的健壮的 LDAP 目录服务器。

400 OS/400 Directory Services 为您提供公共目录，以减少因目录特定于应用程序而引起的高成本。此目录服务与 OS/400 for iSeries 包含在一起，且并未与 WebSphere Commerce 捆绑在一起。

IBM WebSphere Commerce Analyzer

WebSphere Commerce Analyzer 是用于分析电子交易结果的一套综合工具。特别地，WebSphere Commerce Analyzer 数据集市包含从 WebSphere Commerce 运作数据中抽取的内容，这带来了关于业务的广泛信息。使用用于分析的已交付报表，商业用户可以洞察趋势和客户特征，做出更好的决定，形成战略并了解如何改善他们的业务。

在 WebSphere Commerce 的前发行版中，分析性报告是使用 WebSphere Commerce Analyzer,Entry Edition 来完成的。客户需要更深入的观察他们的数据，更好的认识其趋势。由于数据挖掘和商业智能是 WebSphere Commerce 的必要组件，因此前发行版的 WebSphere Commerce Analyzer 在公告版数据分析工具和报告技术方面都有了显著改善。

WebSphere Commerce 推荐引擎

WebSphere Commerce 推荐引擎是 WebSphere Commerce 所包含的可选应用程序。WebSphere Commerce 推荐引擎由 LikeMinds 提供支持，LikeMinds 是一个功能强大的协作过滤引擎，它基于客户行为模式提供产品推荐。

WebSphere Commerce 推荐引擎基于许多算法收集概要文件信息来开发 mentor 组。这些组是随后产品推荐的基础。将向符合特定团体概要文件的客户基于团体中其它成员的首选项来显示推荐。与其它模型比较起来，此个性化模型称为适应型，因为推荐是基于当前客户购买趋势，且会随时间而变化。

IBM WebSphere Commerce Studio

WebSphere Commerce Studio 5.5 在专业开发版和商务开发者版中可用。它将所有商店开发工具集成在单一环境中。除了开发工具外，WebSphere Commerce Studio 还包含 WebSphere Commerce 的开发许可证。由此，WebSphere Commerce Studio 满足了在开发环境下创建和测试商店的一切需要。WebSphere Commerce Studio 只在 Windows 2000 平台上可用。

WebSphere Commerce Studio 现在包含 WebSphere Studi Application Developer，一个 WebSphere Studio 配置，它提供一个开放的综合开发环境，用于构建动态电子商务应用程序。WebSphere Studio Application Developer 替换随先前发行版提供的 WebSphere Studio、VisualAge for Java、Page Detailer、Applet Designer 和 IBM Distributed Debugger。此外，WebSphere Commerce Studio 还包含 Commerce Toolkit for WebSphere Studio。

在这一 WebSphere Commerce 发行版中，适用于应用开发者的联机帮助，例如 API 和命令参考信息已完全与 WebSphere Commerce Studio 集成在一起。帮助系统包含几个增强功能，包括标记主题的能力和高级搜索功能。

有关硬件和软件需求的附加信息（包括先决条件），请查看《WebSphere Commerce Studio 安装指南》。

第 3 章 WebSphere Commerce Server

WebSphere Commerce 包含基于 Java 的贸易服务器以控制 WebSphere Commerce 系统中的信息流。下图说明了 WebSphere Commerce Server 组件:

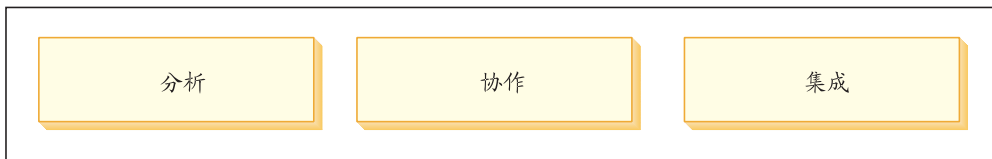
工具



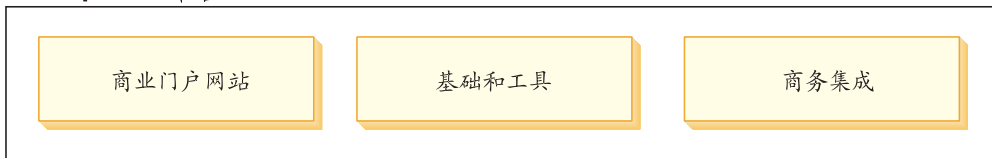
WebSphere Commerce Server



商业启用



WebSphere 平台



工具

WebSphere Commerce 提供以下工具:

WebSphere 贸易加速器

WebSphere 贸易加速器提供中央位置来管理商店和为您的商务战略提供便利。WebSphere 贸易加速器为经营网上商店（例如商店和产品管理、供货、市场营销、客户订单和客户服务）提供集成点。

您可以充分挖掘 WebSphere 贸易加速器的潜力以实践“关系型市场营销”。使用 WebSphere 贸易加速器可评测 Web 站点上的活动，并收集关于客户及其购买习惯的关键信息。然后您可分析信息，并根据新信息做出适当的调整。您可以添加内容、客户概要文件或促销；然后相应地开展竞销。

其它工具（例如“商店概要文件”笔记本）使您可以更改商店的某些方面。

- 使用“商店概要文件”笔记本定义商店信息
- 定义税款和装运信息
- 将商店发布到 WebSphere Commerce Server

WebSphere 贸易加速器也可以生成报表来帮助满足商务智能方面的需求。

子系统

成员 成员子系统是 WebSphere Commerce Server 的一个组件，它包含 WebSphere Commerce 系统的参与方相关数据。成员可以是用户、用户组（另称为成员组）或组织实体（它可以是组织，例如“IBM”；或者是组织中的组织单位，例如“电子交易部门”）。成员子系统业务逻辑提供成员注册和概要文件管理服务。其它与成员子系统紧密相关的服务包括访问控制、认证和会话管理。

成员子系统使它的用户和组织实体成员可以根据他们选择参与的活动，担任指定的角色。角色指定由管理员（例如站点管理员）负责。站点管理员也是一种角色。站点管理员给用户授予对系统的权利。一旦给成员指定角色，访问控制组件就授权成员可参与与该角色关联的活动。例如，组织可以是买方或卖方，或同时是这两者。可以给用户指定多个角色。

成员子系统还使您可以创建成员组，即出于各种业务原因进行分类的用户组。分组可用于访问控制目的、核准目的以及市场营销目的，例如计算折扣、价格和显示产品。

以下功能与成员子系统相关联:

- 注册信息
- 概要文件管理
- 访问控制或授权
- 安全性、认证和会话管理

产品目录

产品目录子系统提供在线产品目录导航、销售策略功能、兴趣列表和搜索功能。产品目录子系统包含与产品目录有关的所有逻辑和数据，包括类别、产品

及其属性、商品以及它们中的任何关联或关系。它与成员子系统和订单子系统交互，以获取关于查看模板和定价的信息。提供了以下功能：

分组 对于不同产品的分类，引入了一般分组构造。某个产品目录组的所有者不要求必须是该组中所有产品目录条目的所有者。这使门户所有者可以定义所供产品的类别，而其它供应商可同时将他们的产品添加到该产品目录组。

产品目录条目

一个或多个产品目录条目可以属于一个产品目录组。提供了一系列的基本对象类型来代表产品目录条目中的产品、库存标识（SKU）商品、打包销售商品和捆绑销售商品。

销售策略关联

它使得在任意两个产品目录对象间创建关联成为可能，也就是变成交叉销售、优选销售和促销。

全球化支持

产品目录设计旨在满足全球化功能支持的需要，例如根据语言环境显示产品和货币格式。

贸易

WebSphere Commerce 中的贸易子系统提供了一些逻辑、函数和数据，它们与在买方和卖方组织之间协商产品或系列产品价格和数量相关。对于 Professional Edition，贸易子系统包含拍卖。对于 Business Edition，贸易子系统包含拍卖、合同和报价请求（RFQ）组件。

订单

订单子系统是 WebSphere Commerce Server 的一个组件，它提供购物车、订单处理和订单管理功能支持。相关服务（例如定价、税务、支付、库存和供货）也是订单子系统的一部分。

订单处理功能包括：快速订购或购买、固定订购、多个未决订单、重新订购和分割或延迟交货订单。

市场营销

市场营销子系统是 WebSphere Commerce Server 的一个组件，它为您的站点提供大量的市场营销概念。市场营销子系统的组件提供适当的功能，来创建包括产品推荐、广告和电子赠券在内的市场竞销；折扣；客户概要文件；以及协作。

库存

库存子系统提供实时库存管理。库存子系统的组件提供了以下功能：记录从供应商处接收到的库存和客户的退货；调整库存数量；确定退货库存的处理；以及装运和接收库存。

公共服务器运行时

公共服务器运行时提供一种可在其中部署与执行商业应用程序的框架。该框架由编程模型、处理模型、异常处理、交易控制、数据访问和持久模型组成。公共服务器运行时利用由 WebSphere Application Server 提供的运行时服务来支持 WebSphere Commerce Server 应用程序。公共服务器运行时利用了 WebSphere Application Server 中提供的多种功能：

- JSP 文件提供服务器端的动态 Web 页面脚本编制。这有助于从业务逻辑中分离展示逻辑。WebSphere Commerce 提供了一组数据 bean 以显示用户、产品目录和订单信息。商店开发者使用 WebSphere Studio 页面设计工具可以将 bean 放到 JSP 文件上。JSP 文件被编译为 servlet 并在运行时显示动态数据。
- WebSphere Commerce 使用企业 bean 实体框架。开发者可以访问系统中的数据（如数据对象），而不用直接绑定到下层的数据库模式。公共服务器运行时为基本模式提供了一组实体 bean。应用程序开发者可以通过扩展基本模式和重新映射实体对象来定制业务逻辑并修改实体对象。此过程通过使用 WebSphere Studio Application Developer 企业 bean 映射工具来完成。
- 所有 WebSphere Commerce Server 和调度程序进程都已集成在 WebSphere Application Server 进程中。使用 WebSphere Application Server 管理员控制台管理这些进程。缺省情况下，每个 WebSphere Commerce Server 进程都被配置为一个 WebSphere Application Server 实例，该实例映射为一个多线程 Java 进程。该进程可运行 JSP 文件、servlet 和企业 bean。可以使用多个 WebSphere Application Server 实例克隆多个 WebSphere Commerce Server 进程，以有利于实现工作负载均衡和可用性。

关于服务器运行时间组件的更多信息，请参阅《WebSphere Commerce 编程指南与教程》。

上下文交互作用引擎

子系统和服务端运行时在交互作用引擎内运行，该引擎提供了所有包含必需业务上下文的组件。交互作用是由以下上下文框架控制的：

策略 策略是商店或商店组所遵循的规则集，这些规则集定义业务过程、行业惯例以及商店或商店组的出售物的作用域和特征。

权利 权利控制客户对一个商店的各个方面的访问，例如可以从一个商店购买哪些产品，对一个产品支付的价格，以及商店愿意接受的客户支付方式。

商店 商店上下文提供可在其中发生业务交易的在线空间。商店使用各种因特网技术，并由各种资产组成。

全球化 全球化上下文控制站点根据语言环境运作的方式。

商业实施

WebSphere Commerce 通过合并以下组件简化商业：

个性化 个性化通过定制站点来改进客户经历，这一定制是根据许多标准实现的，包括客户概要文件信息、购物车内容和购买历史。

集成 WebSphere Commerce 与许多产品紧密集成。

分析功能

作为 WebSphere Commerce Analyzer 合并的结果，本版本的 WebSphere Commerce 改进了分析功能。作为闭合循环分析功能的直接结果，这些改进的分析功能会提高您了解站点的客户使用情况的能力，方便您修改您的站点以更好的满足客户的需要。

协作 WebSphere Commerce 还支持站点开发团队内的协作以及直接在客户服务代表与客户之间的实时协作。

WebSphere 平台

WebSphere 软件平台为所有 WebSphere Commerce 提供基础：针对电子商务按需应变的业界领先的基础结构软件。WebSphere 平台的基本方面包括以下内容：

业务门户网站

WebSphere 业务门户网站帮助扩展并个性化用户体验。这有助于提高客户、员工、合作伙伴、供应商的满意度，也增加了企业的价值链。通过把应用程序划分成多个 portlet，您可以提供小的部分，使得客户和员工都可以从中有选择地进行请求。最后结果按需求准确地提供了想要的信息。而且，必要时您可以更新这些信息。

基础和工具

WebSphere Application Server 是一个业界领先的、基于 Java 的应用程序环境，用于构建、部署和管理因特网和内部网 Web 应用程序。WebSphere Application Server 也提供了多个 JSP 文件的运行时支持。

业务集成

WebSphere Business Integration 发布了 5 种主要能力以加速转换到按需应变商务：

- 建模和模仿可以立刻更新的业务过程
- 集成整个企业内的人员、过程、信息和系统
- 与客户和合作伙伴进行联系以使企业成为有效的商家到商家企业
- 使用实时性能数据监视从开始到结束的整个业务过程
- 有能力复查、分析和改进过程和性能，从而更有效的管理业务

第 2 部分 开发商店

WebSphere Commerce V5.5 是综合的集成软件组件集合，它帮助应用程序开发者构建、维护、主管和管理商店，从而在 Web 上销售产品和服务。本书此部分提供的章节讨论开发商店所需要的信息。

它从站点规划涉及的过程开始，如熟悉 WebSphere Commerce 角色，在创建商店之前自己要弄清的主要问题。

接下来描述创建商店和在线产品目录，提供有关样本商店的详细信息、创建商店涉及的任务以及在线产品目录的数据。

第 4 章 规划站点

以下部分描述一个典型的 WebSphere Commerce 开发周期。开发周期通常由以下阶段构成：

- 组建站点开发组
- 收集需求
- 设计
- 商店开发
- 产品目录开发
- 测试
- 部署

组建站点开发组

使用电子交易软件实现网上业务大大改变了零售商业运作的方式。自动化取代了一些零售角色（如出纳员）。在电子交易操作中，必须添加某些关键角色，如站点管理员。

通常，很难将零售角色转换成网上的角色（如销售伙伴）。在电子交易解决方案中，没有与此角色直接等价的角色。某些销售关联责任需要贯穿到商店设计中，例如：使客户感到受欢迎、提供产品信息、推荐额外商品和售后与客户联系等。对于设计良好的网上商店，其它责任还涉及到搜集注册客户的信息和跟踪客户的购买历史。随后，可以使用此信息来更好地确定客户将来的需要，并为将来购买提供更好的建议。要创建并维护一个高级的电子交易站点，您需要一些人员来满足多种角色。

无论是定制样本商店来创建自己的商店还是开发一个全新的商店，通常都需要一组人员来创建商店。组的大小取决于正在创建的商店或站点的大小和作用域，而该组必须包括充当以下角色的人员：

- Web 设计者
- 应用程序开发者
- 数据库开发者
- 站点管理员
- 卖方
- 市场部经理
- 产品经理

WebSphere Commerce 使用许多标准的零售角色、合并其它角色并添加必需的电子交易角色，由此为您的站点创建一个完整的电子交易解决方案。如有必要，WebSphere Commerce 管理控制台的站点管理员可创建新角色。下面的部分描述了这些角色所必需的知识和经验。角色可能只需要几个人，也可能需要大团队，这取决于您的业务规模大小。

卖方

卖方是参与商店操作的商业买卖角色。此角色要求掌握有关整个商业的详细知识。

卖方处理人事方面的事务，并与其它角色合作共同确定商店图像、客户概要文件和商品特征。卖方除了跟踪商店销售外，还对商店整体目标、收益率和管理进行监督。

市场部经理

市场部经理将市场策略和品牌消息传达给客户。此角色监视、分析并了解客户的行为。此外，市场部经理要为所面向的销售创建或修改客户概要文件，并创建和管理竞销和促销。竞销事件规划可由包括卖方、市场部经理和产品经理的团队处理。市场部经理或产品经理预测促销事件的销售情况并分析它的有效性。

产品经理

产品经理需要了解市场营销战略和商店的客户购物方式。产品经理确定网上商店中显示、定价和销售产品的最佳方式。此外，产品经理还跟踪客户购物，并确定折扣、拍卖和推荐销售技巧。

此角色也监督产品目录管理，其中包括创建和管理在线产品目录、相关的定价方案、产品类别和产品咨询。此人通常是产品领域中的专家，他精通产品线 and 不同产品之间的关系。

站点管理员

站点管理员安装、配置和维护 WebSphere Commerce 及相关的软件和硬件。此管理员响应系统警告、提醒和错误，并诊断和解决系统问题。此角色通常控制访问权限和授权（创建并分配给成员适当的角色）、管理 Web 站点、监视性能和管理负载均衡任务。站点管理员也负责建立和维护在不同的开发阶段（测试、登台和生产）中使用的几个服务器配置。此角色也处理关键系统备份和解决性能问题。

站点管理员还能够创建和发布商店。

站点管理员需要有硬件和操作系统方面的知识，并受过 WebSphere Commerce 体系结构和操作方面的培训。

应用程序开发者

应用程序开发者必须有 Java、EJB 组件模型、VisualAge for Java、JavaScript、HTML 和 JSP 技术方面的编程技巧，并熟悉 WebSphere Commerce 编程模型。

数据库开发者

为了实现定制的商店功能或集成现有的数据库信息，数据库开发者可修改并扩充 WebSphere Commerce 数据库模式。此成员通常具有 DB2 或 Oracle 数据库管理员技术。

注：数据库开发者角色不在 WebSphere Commerce Server 中定义。

Web 设计者

Web 设计者创建站点的外观，并与商店开发者一起创建商店页面。Web 设计者应具有使用多媒体工具、HTML 和 JavaScript 技巧的经验并熟悉 JSP 技术。

注：Web 设计者角色不在 WebSphere Commerce Server 中定义。

收集需求

功能需求定义电子交易系统要提供的商务功能和 Web 页面流。通过对此站点业务需求的很好了解和您希望此站点完成的功能来确定您的需求。例如，考虑下列事项，如商务目标、Web 站点用途、可用性问题，如用户是谁以及他们期望如何与您的商店交互。当考虑您的需求时，记住可能的一致性问题，如在 Web 站点上反映您传统意义上的商店的外观。早些收集这些需求，以及在仍然能够容易地处理时发现任何将可能发生的挑战，是非常重要的。

一旦确定了功能需求，就可以弄清楚技术需求或系统需求。技术需求示例包括集成问题和机器需求。

在收集需求阶段应回答的问题示例如下：

功能需求

- 您的商店是否满足商业或消费者的需求？
- 您的商店支持何种语言？
- 如何处理多种货币（如果需要）？
- 销售哪些产品和提供哪些服务？对于您开展交易商业的各种客户组、国家和地区，产品线是否不同？
- 如果您在多个国家或地区销售，商店是否以不同的显示适合不同的文化？
- 您希望您的商店外观是怎样的？
- 能否重复使用现有的图形？如果可以，需要什么格式？
- 您的竞争者在做什么？
- 是否需要客户在购买产品之前注册？
- 是否利用个性化特征来为个别客户提供独特购买经历？
- 您需要捕获何种客户信息（及此信息数量）？
- 是否根据客户概要文件和客户行为促销产品？
- 如何处理订单？
- 如何处理支付？
- 如何实现税务？
- 如何实现装运费用？
- 客户服务策略是什么？
- Web 页面将如何流动？
- 是否会提供到其它站点的链接？

技术需求

- 如何从现有系统将数据移到新系统？
- 使用何种安全性？
- 需要什么级别的性能？
- 您预期的客户流量级别是什么？
- 需要多大容量的机器来容纳所吸引的客户数目？
- 如何维护服务器机器并将之调整到最佳性能？

集成需求

- 想要与现有的技术系统集成吗？

取决于您的业务需求，可能有更多的与您的商店需求有关的问题需要回答。

在收集需求阶段结束之前，您的组应当：

- 根据功能需求，创建购物流程以及使用案例。
使用案例的示例可包括客户注册或订单处理。
- 确定站点的拓扑结构。

设计

收集需求阶段之后即是设计阶段，包括确定信息技术体系结构设计、WebSphere Commerce 设计和数据库设计。

一旦收集了所有信息，请创建商店的一个静态 HTML 原型，以确保开发没有离题并确保需求没有丢失。可使用 WebSphere Studio 中集成的 Page Designer，通过 Web 设计器或媒体设计器来创建原型。（也可在 Commerce Studio 环境外部开发原型。）这一步可与使用案例共同完成，或独立于使用案例完成。

商店开发

商店开发阶段将创建商店有用资源作为重点。应用程序开发者创建描述项目完成方式（和时间）的项目计划。应用程序开发者的角色可以由不止一个人构成，这取决于所需的技术。项目计划应包含：

- 描述应用程序开发者设计和开发基础结构、代码和页面所必需技术的人员配置计划。
- 需要开发的 JavaServer Pages 文件、表、EJB、数据 bean 和命令的总数列表（它将确定项目的大小和所需资源的多少）。
- 必需的图形和媒体设计元素列表。
- 一个列出主要检查点和可传递信息的调度表。调度表必须将系统测试包容在最后。
- 将在站点上执行的性能和强度测试的描述。

除了开发项目计划之外，应用程序开发者还要为商店创建商店主页、在线产品目录显示页面和购物流程。

创建商店的建议方法是将您的商店建立在样本商店的基础上。第 27 页的第 5 章，『创建商店』一章中描述了如何创建商店。

数据管理

数据库开发者着眼于数据管理任务，包括下列在数据库服务器开发中进行的活动。

- 扩展数据库模式（根据业务需求可选）。
如果商店与现有的使用不同模式的数据库集成在一起，或 WebSphere Commerce 是定制的，则可能需要扩展 WebSphere Commerce 数据库模式。
- 使现有数据能够迁移。
一旦修改了数据库模式（如果需要），则现有的信息（如客户数据）便可以迁移到 WebSphere Commerce 数据库中。要迁移信息，数据库开发者需要编写和运行数据库脚本。

- 构建一个将数据提供给数据库（如果需要）的机制。
对于使用现有企业应用程序的 WebSphere Commerce 商店，可以开发机制，以便自动地从企业应用程序将数据提供给 WebSphere Commerce 系统。这种机制将使数据能够在两个系统间保持同步。装入程序软件包可用于此目的。

在整个开发过程中为了便于文件管理，商店的源代码应检入到软件配置管理（SCM）系统中。

应用程序开发者（指定此商店开发者负责将有用资源收集进运作的商店中）使用 Commerce Studio 来将商店发布到测试机器上。

如果在 Commerce Studio 环境外工作，则应用程序开发者将从 SCM 中抽取所有代码并将商店传送到测试机器上。测试机器的平台可能与开发者的平台不同。

构建商店后，为了确保构建质量，必须进行测试。

产品目录开发

在线产品目录由多个不同的角色开发。产品经理确定商店所卖的产品及其价格。此开发阶段可与商店开发阶段连接在一起。用于创建产品目录的方法取决于产品目录的大小及产品目录数据是否已经以电子格式存在。

使用装入程序软件包来创建和更新在线产品目录。使用装入程序软件包，产品目录开发者可维护产品目录。然后，应用程序开发者可格式化信息，以便这些信息适用于装入程序软件包填充数据库。装入程序软件包也可用于从现有的 WebSphere Commerce 商店迁移数据。

一旦开发成功，产品目录将发布到登台服务器（在开发阶段）或生产服务器（当开发已完成）。关于产品目录开发的更多信息，请参阅第 35 页的第 6 章，『创建在线产品目录』。

测试

通常，站点管理员将测试商店，并应运行单元、功能、系统、集成和强度测试。也可运行可视化设计和用户交互测试。

部署

测试完成之后，站点管理员更新生产系统。通常更新分成两个阶段完成：第一阶段是复制数据库，第二阶段是将商店有用资源（HTML 和 GIF）发布给生产服务器。

第 5 章 创建商店

本节概述了随 WebSphere Commerce 一起提供的业务模型和样本商店。

什么是网上商店？

网上商店是使用因特网技术销售或交换产品或服务的商店。它由显示和销售产品的一系列 Web 页面组成。例如，主页就起着商店前台的作用，旨在引领客户进入商店并为他们进行产品导购。产品目录组页面将产品分组，并引导客户进入产品页面，在产品页面中，客户可以找到有关产品的详细信息。购物车页面与实际购物车的作用相同：您可添加要购买的产品，然后在结帐页面使用信用卡或其它支付方式付帐。

客户只能看到商店页面的外部。每个页面都包含对客户显示的图形和图像，以及不对客户显示的 Java 命令和脚本。命令和脚本用来调用商店中的其它页面或完成操作，如登录和注册。为了显示正确的产品信息以及正确的价格、税款和装运，商店从 WebSphere Commerce 数据库的表中访问信息。WebSphere Commerce 数据 bean（包含在 Commerce Studio 和 WebSphere Commerce 中的一组 Java bean）可能包含于 JavaServer Pages 文件中。WebSphere Commerce 数据 bean 允许您访问数据库中的信息，如产品价格或产品属性。

业务模型

WebSphere Commerce 支持以下类型的商业交互作用：

Business 价值链

WebSphere Commerce 5.5 的新功能是支持价值链。价值链支持涉及多个企业或团体的交易。产品、商品、服务或信息通过价值链中的各个团体从生产商传递给最终用户。价值链也有关系和管理方面，也就是说，您可以管理在您的价值链中的各团体或企业的关系，同时向这些团体提供管理服务。

WebSphere Commerce 支持通过以下两种类型的价值链所进行的交易以及这些价值链的关系管理：

需求链 需求链支持间接销售渠道和直接销售渠道。

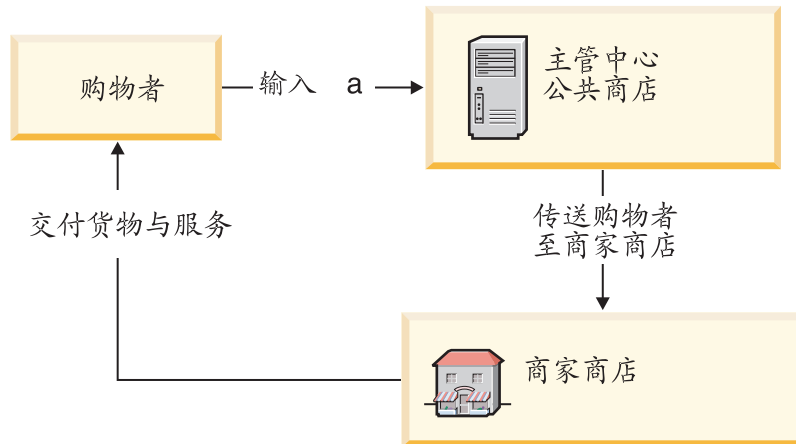
供应链 供应链支持商品采购和供应。WebSphere Commerce 支持通过私人电子市场供应商品。私人电子市场为供应商提供了一个论坛，使他们可以把待售的产品和服务卖给与他们有合同关系的买方。WebSphere Commerce 也向您提供了主管价值链中的企业的能力。

Business 主管

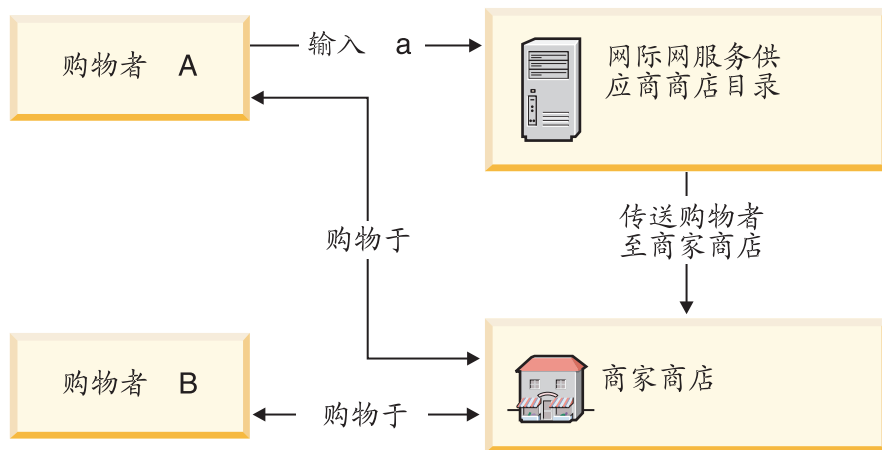
处理支持在价值链模型中的合作伙伴的能力外，WebSphere Commerce 也支持通过“因特网服务供应商”或其它主管供应商来主管商家或其它企业。

主管中心是一个商家可以为购物者建立商店的 Web 站点，通常归因特网服务供应商所有。商家商店可拥有从转销商中心产品目录过滤后的产品目录，或拥有他们自己的产品目录。主管商店可以跟踪库存和处理客户的订单。一个主管商

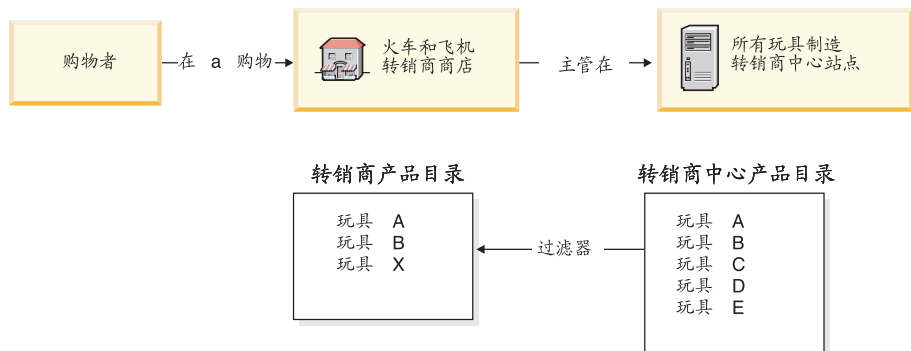
店与其它主管商店共享公共页面设计，但有自己的名称和徽标显示在商店中。



在下面的示例中，一个“因特网服务供应商”主管商家商店。每个商家商店均拥有一个产品目录（该产品目录可由商家共享或独享）。购物者 A 进入因特网服务供应商站点，得到一系列提供的商家，然后进入一个商家商店。购物者 B 直接进入商家商店。



在下面的示例中，一个专事玩具火车和飞机销售的转销商商店即主管在一个全部玩具生产站点下。归全部玩具生产所有的产品目录已经过滤，这样，只有玩具火车和飞机出现在转销商商店中。转销商可以向未出现在生产商产品目录中的商店添加产品。



直接销售

WebSphere Commerce 继续支持直接销售业务模型。您可以使用 WebSphere

Commerce 直接在公司和消费者或者两个公司或团体间创建站点或商店，这些站点或商店是支持产品、服务或信息的交换的。

商店类型

为了支持 WebSphere Commerce 5.5 中的新业务模型，已经引入了几个新的商店类型。WebSphere Commerce 支持以下商店类型：

商店 一个在线站点，在其中用户可以获得有关产品的信息，并对这些产品执行业务交易。业务交易可以包括零售购买、公司间的交易以及政府组织和公民或公司的交易。WebSphere Commerce 使用一般术语“商店”来描述所有这些业务交易发生的在线空间。

中心商店

支持合作伙伴和客户的面向顾客的商店。

直接销售商店

支持产品、服务或信息直接在商店和消费者或两个公司或团体之间交换的商店。

主管商店

由站点操作员为商店所有者主管的商店。商店所有者可以选择管理商店。

资产商店

包含许多文件或数据资产的商店，这些资产可以被其它类型的商店作为资源使用。例如，目录资产商店是可以代表目录内容的数据资产的集合。商店前台资产商店是 JSP 文件、命令和其它创建商店前台的资产的集合。资产商店不执行或记录业务交易。它们仅仅是那些可用于其它商店的资产的持有者。

代理商店

代表合作伙伴操作资产的商店。该商店也处理允许 WebSphere Commerce 站点与外部合作伙伴进行交易的业务逻辑。例如，代理商店可以捕获传送到远程订单捕获系统的订单，以及捕获供应商库存信息或发送到供应商供货中心的信息。代理商店不包括商店前台，用户也无法访问它。代表外部业务的管理员可能有通过 WebSphere 贸易加速器访问代理商店的权限。

样本商店

WebSphere Commerce 提供了几个样本商店，您可以把自己的商店建立在这些样本商店上。每个商店都是设计用来显示今天的领先零售商站点的特征，并且是可定制的。

WebSphere Commerce 提供了样本网上商店，它们可用作创建您自己的商店的基础。

当规划站点时，关键的一步是规划购物流程以符合客户的需要和期望。虽然商家可能选择为客户提供独特的购物体验，但大多数客户都希望购物结构和序列保持一致，并熟悉此购物结构和序列。不要仅仅致力于设计独特的购物流程，而应考虑使用目标促销、个性化的推荐和选择更好的产品和服务来增加客户的忠诚度。WebSphere Commerce 用 WebSphere 贸易加速器来提供目标促销和个性化购物体验的工具。

样本商店起到商店运营方式的模板作用。它建立了客户在商店中查找和购买产品时的信息流程。样本商店封装为商店归档文件的格式。

样本商店具有商店运营所需的足够的一系列有用资源。这些有用资源包括：JavaServer Pages 文件、静态 HTML 文件、图像文件和数据库条目（产品目录、税款、装运和供货条目）。

如果需要创建一些包含提供的样本商店中未包括的特征和功能的相似商店，那么您可以创建自己的样本。要创建自己的样本商店，可使用 WebSphere Commerce 和 Commerce Studio，以便：

- 创建您自己的商店归档文件。
- 选择样本商店、复制它然后进行修改。

以下样本商店是随 WebSphere Commerce 一起提供的：

消费者直销样本

时尚潮流：

消费者直销样本（时尚潮流）包括一个在线时装商店，支持直接向消费者销售商品。时尚潮流集成了所有先前的样本 B2C 商店（“流行时尚”、“网络时尚”、“网上拍卖”和“新时尚”）的所有特征，同时也增加了一些新的增强：

- 注册客户可以在购物时应用赠券。
- 使用产品顾问（产品探测和产品比较的隐喻），客户可以从结果搜索列表缩减并比较产品。
- 使用高级搜索技术，客户可以按大小，颜色和价格范围进行搜索。
- 包括四种基于规则的折扣：
 - 免费装运。
 - 购买 X 个，下次购物时可获取 Y% 的折扣。
 - 消费满 X，下次购物 Y 可获 Z% 的折扣。
 - 购买 X 个，可免费获得一个礼物。
- 使用交叉销售鼓励客户进行混合和匹配，或向原购买添加附加产品。
- 使用优选销售可以促使客户购买比原先计划更加昂贵产品。
- 使用电子邮件兴趣商品，客户会接收到基于他们兴趣的促销电子邮件。

迷你时尚：

一种新的基本样本商店，只需较少的资产就可以创建一个商店。这提供了另外的选择，而不用删除大量的信息。事实上，您可以使用基本的商店样本作为商店的基础，然后在其上构建，以满足您的需要。

B2B 直销样本

B2B 直销样本（多乐五金）包括一个在线五金商店，支持直接向其它公司销售商品。多乐五金商店强调买方可在卖方电子交易站点执行的任务。新包括的是 RFQ 请求工具，它是从 WebSphere 贸易加速器移到多乐五金的。它现在支持买方在定制的商品上创建 RFQ，并允许产品替换。兴趣列表已除去，并用需求列表替代。

Business

多乐五金商店是随 WebSphere Commerce 提供的第一个 B2B 在线五金商店。多乐五金商店强调买方可在卖方电子交易站点执行的任务。多乐五金商店样本商店中所包括的一些功能为:

- 基于合同的购买
- 需求列表
- 根据权利进行浏览
- 基于合同的定价
- RFQ 创建
- 分割订单
- 多个送货地址
- 基于重量的装运
- 产品搜索功能
- 买方注册
- 客户关心
- 协作

多乐五金商店提供运作 B2B 在线商店的所有必要页面和功能。多乐五金商店是作为商店归档文件与 WebSphere Commerce 一起封装的, 因此不需要进一步的安装。要查看该样本商店, 所需做的就是基于多乐五金商店、使用商店服务工具创建新的商店归档文件, 然后将它发布到 WebSphere Commerce Server。

由于在 WebSphere Commerce 中创建商店是基于选择并修改样本商店归档文件的, 因此设计多乐五金商店来充当商店基础。它基于简单但经证实的购物流程, 并且所有样本商店页面可轻松定制。所有多乐五金商店样本商店页面均使用 JSP 和 XML 来装入必需的数据。

需求链样本

需求链公司模型包含 Commerce Plaza 站点、目录资产商店、转销商资产商店和经销商代理商店。Commerce Plaza 允许转销商直接从经销商那里购买产品。在购买过程中, 这一站点也允许转销商向经销商对任何关心的产品请求价格与可供量。

Commerce Plaza —WebSphere Commerce Business Edition 提供一个转销商中心, 它是一个密码保护的 Web 站点, 通常归生产商或经销商所有。转销商中心帮助将产品从供应商处移至转销商处, 并最终送达消费者。转销商登录到转销商中心, 浏览产品目录, 并向购物车添加产品。产品可从多个供应商处获得, 因此转销商可以检查产品的可用性、供应商位置和不同供应商的价格。转销商完成订单后, 购物车将发送至供应商处来完成交易。

Commerce Plaza 站点的特色包括:

- 注册市场。
- 编辑帐户信息。
- 搜索产品。
- 通过向喜好列表添加产品来创建列表。
- 放置订单
 - 请求报价
 - 把产品添加到购物车

请求价格与可供量
向经销商分配订单
向经销商站点传送购物车
在经销商站点结账
查看已更新的订单状态

- 保存购物车内容（把产品添加至购物车，请求价格与可供量）。
- 复查已完全传送的订单的状态。
- 用“商店创建”向导创建经销商商店。
- 管理商店。

主管样本

主管业务模型样本包括“商业主管中心”站点、商店目录、示例产品目录和创建商店所必需的资产。商家如果想拥有商店又想让别人主管它，那么就可以使用该模型。一旦商家已被核准，就可以通过“商店创建”向导来创建商店，而商家可以管理它。商店可以添加到商店目录，商店目录的功能与购物中心相似。购物者可以搜索该目录，查找感兴趣的商店，并在那里购物。商业主管中心特征包括：

- 注册主管商店。
- 请求主管一个商店。
- 用“商店创建”向导创建主管商店，然后更改其外观。
- 选择共享主产品目录，或使用自己的目录。
- 管理商店。
- 一旦商店已添加到商店目录，则允许购物者搜索产品。

供应商样本

供应商业务模型样本包括“商业供应商中心”站点、聚集或主产品目录、示例产品目录和创建商店所必需的资产。中心是商家或供应商，客户或买方聚集的地方。供应商会使用该模型的一个原因是，如果他们想拥有一个商店又想让别人来主管它；那么从更广泛的意义上看，供应商成为中心的一部分以及买方流量的增加对他们是有好处的。买方如果可以搜索产品并从同一位置的不同商家处比较不同商家的产品价格，那么买方将从中获益。买方如果愿意的话也可以在主管商店购物。“商业供应商中心”的特征包括：

- 注册供应商中心
- 请求主管商店
- 用“商店创建”向导创建供应商商店，然后更改其外观。
- 用主产品目录合并目录
- 管理商店
- 处理拍卖
- 处理 RFQ

样本商店中的全球化特征

WebSphere Commerce 使应用程序开发者可以开发具有多文化在线产品目录的商店，允许顾客使用他们的首选语言和货币来查看适合其语言环境的描述。换句话说，如果在商店开发过程期间已输入此信息，则客户就可以选择文化参数，如语言、税款、装运价格、日期格式和货币格式以及支付方式等。

与 WebSphere Commerce 一起提供的样本商店是全球性的。要创建全球性的商店，请选择与您需求最匹配的商店样本。

WebSphere Commerce 允许创建一个可定制的商店，以满足国际或不同文化背景的客户群体的需要。例如，可以用以下某些或所有特征来创建商店：

多种语言

可以用多种语言查看商店。例如，您可能希望允许客户选择喜欢的语言来查看您的商店，或可能希望根据商店的位置自动选择缺省语言。

多种货币

商店可以显示和处理多种货币。

可选数据格式

可以用各种不同的可定制格式显示数据。具有不同文化背景的人们可能对应该如何显示某些信息有着不同的期望。例如，可以用逗号或句点指定小数，这取决于客户的语言或国家或地区。

多种地址格式

可以用各种格式显示地址，以便符合不同的国际约定。

税务

对于不同地区，可以定义不同的税务规则，包括销售税和其它商务税或政府税。

装运

对于不同区域，可以定义不同的装运规则和递送者。

多种支付方式

可以定义不同的支付方式。

价格

同一产品在不同地区可以以不同的价格销售。

在线产品目录数据

可定制描述、属性和图像以显示给不同地区的客户。还可维护可由许多商店共享的主在线产品目录。

页面设计

WebSphere Commerce 允许为每种显示格式创建定制的页面。可为各种文化创建一般页面模板，这样，此设计看起来是相同的，但实际上各种文化的敏感信息是动态的。否则，可以为每种文化创建单独的显示页面。

关于样本商店的更多信息，请参阅《*WebSphere Commerce 样本商店指南*》。

第 6 章 创建在线产品目录

本节概述在线产品目录。本节还讨论创建产品目录和将现有产品目录数据导入到数据库中的不同方法。

了解在线产品目录

在创建和维护在线产品目录之前，应了解产品目录在 WebSphere Commerce 中的工作方式。

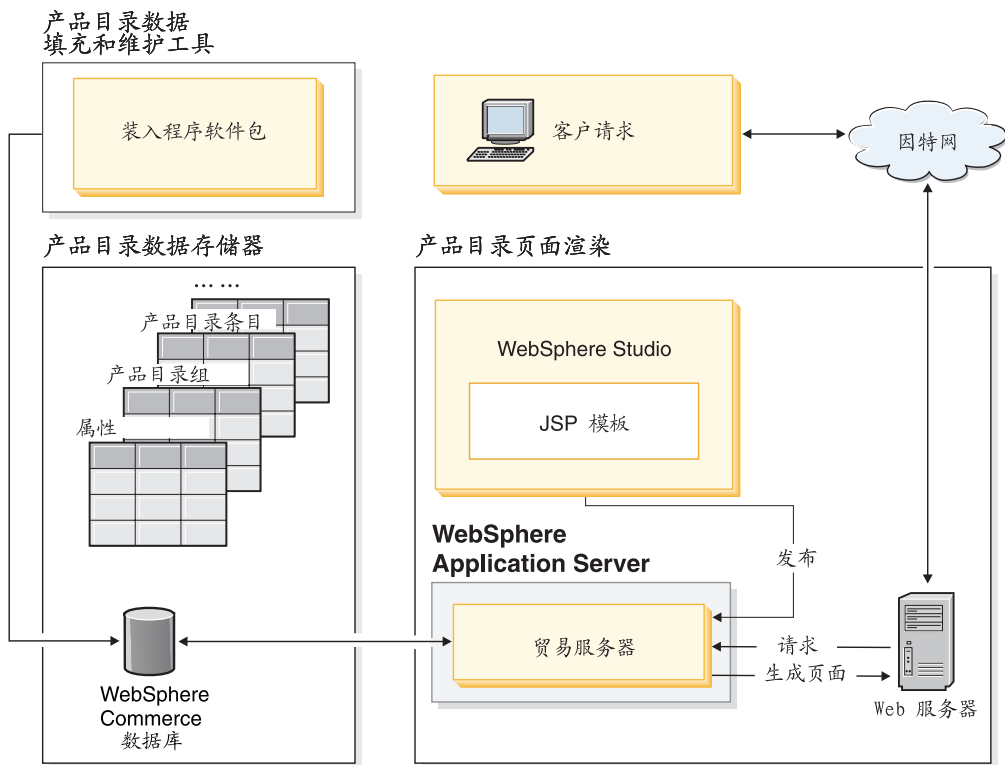
WebSphere Commerce 系统中有两种类型的产品目录：主产品目录和导航产品目录。主产品目录是管理您的商店商品的主要工具。这是包含所有产品、库存标识和每一实体的标准定价的单个产品目录。WebSphere Commerce 系统中的每一商店都必须有一个主产品目录。您可以在商店间共享主产品目录，也可以根据需要定义任意数量的商店。

如果必要，您可以创建一个或多个导航产品目录，以更改向客户显示的产品目录。导航产品目录包含与主产品目录相同的条目，但为了对客户显示的目的而具有更加灵活的结构。您可以根据满足促销需要的要求，具有适当数量的导航产品目录。为限制管理多个导航产品目录的管理开销，我们建议您尝试使用单个主产品目录，并在需要时添加导航产品目录。

向客户显示的产品目录信息需要以下内容：

- 产品目录数据或有用资源
- 产品目录显示页面
- 产品目录关系

下图显示了 WebSphere Commerce 组件之间的产品目录信息流。



产品目录数据

产品目录数据存储存储在 WebSphere Commerce 数据库中。要使用产品目录信息初始地填充数据库，您可以使用装入程序软件包。

产品目录数据由产品目录中的每个条目的描述、关系、价格和图像组成。处于管理和浏览目的，产品目录数据放置在产品目录组或类别中。从名称可看出，产品目录组将产品目录数据和其它产品目录组组合起来，以创建在线产品目录的不同部分。使用适当结构的产品目录组，客户可以轻易地浏览网上商店并快速查找到期望的产品。产品目录组为客户提供了浏览商店的路径。此路径从主页开始，以产品页面结束。在产品目录组中，产品目录条目被包括在内是为了代表在线产品目录中可订购的商品。WebSphere Commerce 支持缺省产品目录条目类型，包括产品、库存标识（也就是商品）、捆绑销售商品和成套商品（动态成套商品和预置的成套商品，就是以前的打包销售商品）。WebSphere Commerce 还使您能在必要时创建新类型的产品目录条目。

产品充当模板来创建库存标识 — 最终销售给客户的各件商品。库存标识是由属性定义的产品的特定实例。例如，如果不赋予棉质短裤尺寸和颜色的属性值，则它无法唯一标识，所以它是产品。棉质短裤产品代表所有棉质短裤的组，而库存标识（棉质短裤，尺寸 32，黑色）代表该产品的特定实例。记住，术语“库存标识”和“商品”视为同义。当使用 WebSphere 贸易加速器中的产品管理工具时，这种可订购的商品和服务称为库存标识（出于简便起见），而按照 WebSphere Commerce 模式，它被称为商品以匹配数据库模式对象。

捆绑销售商品是产品目录条目的集合。例如，计算机的捆绑销售商品可能由中央处理单元、监视器、硬盘驱动器和 CD-ROM 驱动器组成。捆绑销售商品可以是一组库存标识，或是产品、库存标识和预置的成套商品的组合。当将捆绑销售商品添加至订单中

时，它被分成独立的可订购货件。捆绑销售商品允许客户一次购买多个商品。捆绑销售商品的价格是每个捆绑销售商品组件价格的总和。

预置的成套商品以前称为打包销售商品，是不可分的产品目录条目集合。例如，计算机打包销售商品可能包含特定的中央处理单元、监视器和硬盘驱动器，这些组件可能不能独立供应。打包销售商品具有自己的价格而且是可以添加到订单的可独立购买的库存标识。打包销售商品不能分解或修改。

动态成套商品是作为一个单元订购的一组产品。动态成套商品的组件并不静态地存储在 WebSphere Commerce 数据库中，而是用外部产品配置器配置。用户与产品配置器相互作用，创建动态成套商品，该成套商品在订单输入时提供给 WebSphere Commerce。动态成套商品的单独组件不能在订单中修改，但每个动态成套商品都可以重新配置。有几种可用的产品配置器，它们可用于配置动态成套商品。虽然 WebSphere Commerce 不提供产品配置器，但还是为外部产品配置器提供了完全支持的集成。

产品目录显示页面

产品目录显示页面为显示目的定制产品目录布局。它们概括了如何对客户显示页面，以及它如何提供各种产品目录页面间的一致性外观。由于您不需要每种产品都有单独的 HTML 文件，因此使用 JSP 技术创建的显示页面提高了商店的运作效率。产品信息位于数据库中，而显示页面却位于服务器上。在客户请求一个页面时，将生成可显示页面，并返回到客户的浏览器中。

您可以使用不同的产品目录显示页面来显示不同类型的产品目录数据。例如，使用产品页面来显示产品，或使用打包销售商品页面来显示打包销售商品，等等。您可以为各个产品和库存标识定制显示页面。即，可以使用一个独特的页面来专门显示一件重点推荐的外衣或其它削价处理的商品。也可以为每个客户组创建不同的显示页面，例如对经常购物者组提供特别报价。

定制产品目录显示的另一个方法是通过指定产品集。产品集向您提供将产品目录分区成逻辑子集的机制。此分区使您可以向不同用户显示产品目录的不同部分。您可以创建合同，并指定仅授权合同参与方购买属于预定义产品集的产品。WebSphere Commerce 提供一种好用的工具来从主产品目录创建产品集，并在合同中将它们用于权利过滤。

产品目录关系

产品目录包含其数据之间的数种关系。如上所述，产品目录包含产品目录组和各种产品目录条目，它们的形式有产品、库存标识、捆绑销售商品和成套商品（动态成套商品和预置的成套商品）。产品目录为客户将产品目录条目和产品目录组分区成具有意义的视图。

例如，许多零售商店根据年度时间来周转他们的商品。产品目录可以创建重要产品领域的季节性视图。产品目录允许完全或部分包括产品目录组，或两种方法的结合。继续这个零售商店示例，称为**男士**的产品目录组和称为**女士**的产品目录组出现在夏季和冬季产品目录中。作为夏季产品目录的一部分，**男士**和**女士**产品目录组包含夏季服饰（例如凉鞋、短裤和泳衣），作为冬季产品目录的一部分，**男士**和**女士**产品目录组包含冬季服装（例如皮靴和羊毛外套）。两个产品目录组可以具有某些共同的产品目录条目，其中包含某些相同的和不受季节影响的服装，例如衬衫和长裤。

但在夏季期间，只有出现在夏季产品目录的产品目录组和产品目录条目才可以访问。同样，在冬季期间，只有带有相关产品目录组和产品目录条目的冬季产品目录才向客户显示。

WebSphere Commerce 系统中的每一商店至少与一个产品目录相关。产品目录可以由许多商店共享，并且每个产品目录可与一个或多个产品目录组相关。一个产品目录组可以包含一个或多个产品目录条目。

创建主产品目录

一旦您已经创建了商店，就需要创建您的主产品目录。WebSphere Commerce 提供了几种创建方法。

每个 WebSphere Commerce 样本商店包含一个主产品目录。您可以使用其中一个样本主产品目录作为自己主产品目录的基础。使用产品管理工具为您的产品目录修改现有数据。关于更多信息，请参阅第 39 页的『维护在线产品目录』。

如果在发布商店归档文件时包含了样本产品目录，则您的商店中就已经包含样本产品。在这种情况下，应在添加您自己的产品之前删除这些样本产品。

您还可以通过更新 WebSphere Commerce XML 文件，从头创建主产品目录。要创建新的产品主目录，请参阅《WebSphere Commerce 商店开发指南》中的产品目录有用资源一章。产品目录有用资源一章使用多乐五金商店主产品目录作为创建新的主产品目录的示例。

装入程序软件包

装入程序软件包将产品目录和其它数据装入到 WebSphere Commerce 数据库中。要将大量的现有产品信息导入到数据库中或对现有数据进行单元格级的更新，装入程序软件包是理想之选。单元格级更新的一个示例包含更新特定行和列中的值。装入程序软件包的超级性能和可伸缩性特征使它适合 WebSphere Commerce Server 数据的大量填充及随后的更新。

装入程序软件包使用 XML 格式的数据作为对 WebSphere Commerce 数据库的输入。此软件包允许您生成文档类型定义 (DTD)，解析数据中的标识，并装入数据。装入程序软件包还包含用于数据抽取和 XML 数据转换的实用程序。装入程序软件包现在包含 TextTransformer，TextTransformer 可以将以 ASXII 划界的文档转换为 XML 文档。

如果使用随 WebSphere Commerce 一起提供的 DTD 来创建 XML 文件，或修改随样本商店归档文件一起提供的 XML 文件，则无需生成另一个 DTD。

在装入程序软件包中有一个记录程序，可允许您捕捉并存储来自软件包组件的消息。例如，您可以为调试目的记录在生成 DTD 或装入数据时出现的错误。

发布和装入程序软件包

“管理控制台”中的“发布”功能调用装入程序软件包将信息装入到数据库中。“发布”功能使用随 WebSphere Commerce 一起提供的 DTD，然后解析标识并为您装入数据。您可以在 `WC_installdir/schema/wcs.dtd` 中找到 DTD。

如果要使用“管理控制台”中的“发布”功能装入数据，请确保使用 wcs.dtd 文件来创建 XML 文件，然后将 XML 文件添加到商店归档文件中。

维护在线产品目录

维护产品目录是一个进行中的过程，因为您需要不断添加和除去商品，创建并关联类别或产品目录组，以及更新产品信息，例如描述和价格。

一旦创建了主产品目录并添加了产品目录数据，便可以使用 WebSphere 贸易加速器中的产品管理工具更新产品目录的内容或创建新的产品目录数据。产品管理工具是为帮助管理所有产品目录数据而设计的向导和笔记本的组合。可专门：

- 创建、更新和删除产品和产品详细信息
- 生成、更新和删除可购买的库存标识
- 创建、更新和删除类别（或产品目录组）
- 将产品和库存标识与类别关联
- 创建产品的属性和属性值
- 创建、更新、删除产品目录定价，以及将产品目录定价与产品关联

关于更多信息，请参阅第 53 页的第 9 章，『管理产品目录』。还可以参阅联机帮助中的“产品管理”部分以获取关于每个任务的详细指导。

产品目录搜索

您可以使用产品目录搜索功能为客户实现搜索工具。通过在站点中添加简单的界面，为客户提供查找您的产品的其它途径。这可帮助达成销售，如果不使用此功能，他们可能无法浏览到要查找的产品。

产品目录搜索功能由对数据库生成 SQL 查询的数据 bean 实现。这些查询可以根据字符串组合执行简单搜索，或根据布尔表达式进行更强大的搜索。该搜索除了拥有丰富的属性外还可以搜索列。

此外，产品目录搜索功能构成了产品顾问的基本搜索空间格式的基础。

简单产品目录搜索

一旦实现，简单版本的产品目录搜索功能便在页面上添加文本条目字段和用于启动搜索的按钮。此字段接受将对照数据库进行比较的文本字符串以查找匹配项，并在结果页面中显示它们。如果搜索字符串是以空格分隔的多个单词，搜索引擎将每个空格处理为一个“逻辑与”。

产品目录搜索的简单版本设计为需要最小的不可更改页面部分，所以您可以将其放置在任何页面上，而无需重新设计页面的主要部分。实际上，为了为客户提供最大帮助，您应当考虑在多数商店页面上包含一个简单产品目录搜索数据 bean。

高级产品目录搜索

产品目录搜索功能的高级版本为客户提供了更强大的搜索程序。它允许有多个输入字段，这意味着客户可以创建更复杂的搜索字符串。它还支持依据选定属性的布尔表达式。此外，客户可以根据充分属性（例如颜色或尺寸）进行搜索。尽管两种高级搜索技术都受支持，布尔表达式不能用于搜索充分属性。

由于有多种搜索选项和指定多个输入字段的能力，高级搜索界面在商店中通常作为独立页面显示给客户。指向高级搜索页面的链接经常位于简单搜索结果页面，以让客户精炼他们获得的结果，或者在没有返回结果的情况下扩展搜索。

添加产品目录搜索至站点

要将产品目录搜索添加到站点，您必须将 `CatalogSearch` 数据 bean 添加到每个可用于搜索的页面。关于实现准则，请参阅作为样本商店一部分的搜索页面。在 `WebSphere Commerce` 联机帮助中描述了搜索页面。

可配置产品

可配置产品允许客户在浏览联机产品目录时对产品进行分组或建立产品。这组产品以用户需要为基础构造，并带有为该组定义的一组配置规则。在 `WebSphere Commerce` 中，该产品分组被称为 *动态成套商品*，它以预定义的规则及用户与配置器的交互为基础。在订单中添加动态成套商品与添加打包销售商品是相同的。与打包销售商品类似，动态成套商品的单个组件不可修改，且整个配置必须作为整体实现。通过把可配置产品包含到产品目录中，您就可以向客户提供灵活性以满足他们的需求。

虽然 `WebSphere Commerce` 不提供产品配置器，但还是支持与外部产品配置器集成。

要更好地了解产品配置器如何在 `WebSphere Commerce` 中工作，请看以下购物情况：

浏览在线电子产品目录时，客户找到了他感兴趣的个人计算机。由于该计算机是动态成套商品，在选定前，需要通过外部配置器对它进行配置。客户选择 **配置该产品** 链接并与配置器进行互动。该交互作用可以简单到回答一系列问题，也可以复杂到手工选择计算机的详细配置选项。客户完成与配置器的互动后，配置器返回一份材料清单，该清单提供一组库存标识，这些库存标识组成了完整配置的计算机的可改装成套商品。然后客户可以确定将这个已配置的计算机添加至他的 `WebSphere Commerce` 车中。如果客户想更改该计算机的配置选项，`WebSphere Commerce` 会将他重定向至外部配置器，外部配置器中可选择一组修改过的库存标识。

第 3 部分 管理和维护站点和商店

本书的此部件介绍了可提供给站点管理员用以管理和维护 WebSphere Commerce 站点的主要信息来源。

第 7 章 站点管理

在 WebSphere Commerce 中，站点管理员安装、配置和维护 WebSphere Commerce 及相关联的软件和硬件。此管理员响应系统警告、提醒和错误，并诊断和解决系统问题。此角色通常控制访问权限和授权（创建并分配给成员适当的角色）、管理 Web 站点、监视性能和管理负载均衡任务。站点管理员也负责建立和维护在不同的开发阶段（测试、登台和生产）中使用的几个服务器配置。此角色也处理关键系统备份和解决性能问题。

站点管理员应该拥有以下必备知识：

- 数据库管理技术
- Web 服务器管理技术
- WebSphere Application Server 管理技术
- 与基本 XML 等价的技术

站点管理员可以使用以下工具和资源。

系统管理

WebSphere Commerce 的系统管理组件为系统提供了可靠性、可用性和可维护性。WebSphere Commerce 将消息记录下来，以通知管理员系统中的异常情况。诊断信息可以帮助管理员确定错误原因并纠正问题。

此外，IBM HTTP Server、WebSphere Application Server 和 DB2 通用数据库都提供用于配置、监视和调整的系统管理工具。

在本发行版中对系统管理做了许多改进：

- 管理方面的改进：
 - 系统管理选项通过 WebSphere Commerce 定制安装的方法独立进行安装。
- 问题确定方面的改进：
 - WebSphere Commerce 问题确定（PD）工具自动确认 WebSphere Commerce 安装和实例创建的正确性。
 - JRas，WebSphere Commerce 日志基础结构整合 WebSphere Application Server 以允许使用一般工具并对系统内的日志数据进行关联。
 - 扩展消息信息，是所有 1300 多个商业信息的解释和建议操作的整合库。该信息已整合到联机帮助，WebSphere Application Server 日志分析程序，WebSphere Studio Application Developer and AST 帮助，或是 WebSphere Application Server 管理控制台，并可在其中检索到。所有扩展信息都可在 WebSphere Commerce 和 WebSphere Commerce Studio 联机帮助中获得。
- 性能监视器方面的改进：
 - 对 WebSphere Application Server PMI（性能监视器接口）的整合使用使得人们可以通过 Tivoli® 性能查看器来查看 WebSphere Commerce 数据。

关于系统管理的更多信息，请参阅《IBM WebSphere Commerce 管理指南》。

消息传递服务

消息传递服务从 WebSphere Commerce 向用户和系统发送消息。它为不同通知类型提供了通用的消息传递应用程序编程接口 (API)。支持的类型包括商家与客户的广播电子邮件, 以及通过 SMTP (简单邮件传输协议) 服务器传送的订单通知。消息传递服务还可通过 WebSphere MQSeries 提供异步消息传递。

WebSphere Commerce 消息传递系统允许 WebSphere Commerce 与外部环境进行通信。这一通信包含发送信息到后台系统或外部系统并从其中接受消息, 以及向客户和管理员发送通知, 告知事件已在 WebSphere Commerce 中发生。WebSphere Commerce 过去的发行版的消息传递系统使用 IBM Common Connector Framework (CCF)。WebSphere Commerce 5.5 保持消息传递系统的功能不变而迁移到 Java 2 企业版连接器体系结构 (J2EE/CA) 结构。

管理控制台

管理控制台使站点管理员可以执行与站点配置和商店配置相关的任务。站点管理员需使用管理控制台执行的任务包括以下方面:




- 指定 WebSphere Commerce Payments 设置
- 配置记录和跟踪
- 启用和禁用 WebSphere Commerce 组件
- 为站点调度要运行的作业
- 更新注册表组件

配置管理器

配置管理器建立和更改部署和运行 WebSphere Commerce 所需的基础结构。建立基础结构包括: 获取关于数据库、Web 服务器和 WebSphere Commerce Payments 三者位置的信息, 以及配置这些应用程序以与 WebSphere Commerce 一起使用所需的任何必要信息。它还包括确定机器的设置信息, 以及初始化 WebSphere Commerce 应用程序本身所需的任何信息。

配置管理器使站点管理员可以执行管理任务和配置任务, 而不必处理对语法敏感的配置文件。以下是站点管理员可执行的一些功能:

- 创建或删除 WebSphere Commerce 实例
- 更改 WebSphere Commerce 实例的配置设置
- 配置 Web 服务器
- 将数据库配置为登台服务器
- 为 WebSphere Commerce Payments 输入参数

   配置管理器现包含创建 Oracle 表空间和用户, 配置远程 Web 服务器的工具。

同为本发行版新增内容的是密码管理器工具, 它使得用户可以在单一位置管理其 WebSphere Commerce 密码。

关于配置管理器的更多信息，请参阅适应于您的平台和版本的《*WebSphere Commerce 安装指南*》。

组织管理控制台

组织管理控制台使您和买方管理器可以控制访问您的站点或商店的组织。这一买方界面使得买方管理员得以核准其组织内的用户和那些客户所作的订单。买方管理员也可以指定其成员的访问级别。

在版本 5.4 中，所有与组织管理相关的功能都已从管理控制台移动到了组织管理控制台。在本发行版中，新功能包括：

- 在**组织管理**菜单下搜索组织。将显示组织列表，其中列出了满足搜索条件的组织，例如名称或父组织。
- 使用**成员管理**把隐式属于某一组的成员包含入或排除出该组。
- 在**成员组织**菜单中对一个组织进行锁定或解锁。锁定一个组织可以阻止该组织的下属用户登录。

关于组织管理控制台的更多信息，请参阅联机帮助和《*IBM WebSphere Commerce 管理指南*》。

信息资源

以下列出了适用于站点管理员的产品信息资源：

安装和配置

- 《*WebSphere Commerce 快速入门*》
- 《*WebSphere Commerce 安装指南*》
- 《*WebSphere Commerce 附加软件指南*》

迁移

- 《*WebSphere Commerce 迁移指南*》

安全性

- 《*WebSphere Commerce 安全性指南*》

管理

- 《*IBM WebSphere Commerce 管理指南*》
- *WebSphere Commerce Connectivity and Notification*

与外部系统连接

- WebSphere Commerce 联机帮助

问题确定

- 请参阅 WebSphere Commerce 支持页面上的技术说明。

也可从 WebSphere Commerce Technical Library 页面获取这些出版物的更新版本。

第 4 部分 运行商店前台

本书的此部分对商店前台的日常运作中涉及的主要任务进行了介绍。使用 WebSphere 贸易加速器（一种基于浏览器的工具）可执行本节中描述的任务。

WebSphere 贸易加速器允许您通过完成各种商店操作来维护网上商店、中心和产品目录，这些操作从管理商店的外观到创建并维护订单以便跟踪商店活动。

如果您有权处理多家商店，则当登录到 WebSphere 贸易加速器时，选择商店和您要用于处理该商店的语言。如果您有权处理单家商店，则商店名称在登录期间已预先选定。此外，如果商店支持多种语言，那么您可以选择希望使用的语言。最后，如果您分配到一个具有供货职责的角色，则您也可以选择与您登录时的商店相关联的供货中心。

有权在您的角色下执行的任务显示在“WebSphere 贸易加速器”主页菜单上。这些任务是基于用户角色、权限级别、业务模型和商店类型的。

以下业务模型和商店类型是受 WebSphere 贸易加速器支持的，登陆 WebSphere 贸易加速器时需依靠用户角色，您可以从主页查看并访问不同的菜单和菜单选项。

- 消费者直销视图
- B2B 直销视图
- 价值链视图:
 - 目录资产商店
 - 主管:
 - 主管中心
 - 主管商店前台资产商店
 - 主管商店
 - 需求链:
 - 渠道中心
 - 转销商商店前台资产商店
 - 转销商主管商店
 - 供应链:
 - 供应商中心
 - 供应商资产商店
 - 供应商主管商店

转至以下 URL:

`https://host_name:8000/accelerator`

其中 host_name 是 Websphere Commerce Server 的名称。

第 8 章 管理库存

本章描述设置库存系统和管理供货中心中的库存的关键任务。若干不同的角色或不同类型的用户处理供货中心的库存，每一部分描述一个特定的角色。

B2C

业务经理或

B2B

后勤部经理

- 维护供货中心信息
- 维护退货原因
- 退货管理报表

买方

- 维护供应商信息
- 维护产品信息
- 管理预期库存

收货员

- 接收预期库存
- 调整库存数量
- 创建特别库存接收
- 接收退回的商品

退货管理员

- 处理退回的商品

确定如何管理库存

库存包含可以在供货中心中实际计算的任何东西。可以满足的库存类型有特定的定义，例如商品、产品、库存标识、捆绑销售商品、打包商品和动态成套商品；但所有这些都看作库存。在站点的安装和规划期间，

B2C

业务经理或

B2B

后勤部经理应当与商店开发组协同工作以确定管理库存的适当方法。

WebSphere Commerce 支持以下库存管理方法：

- 使用 WebSphere 贸易加速器中的“可承诺”（ATP）工具来跟踪和管理库存。
此方法只考虑通过网上商店销售的库存。WebSphere Commerce 不考虑任何其它销售产品的方法。

- 使用外部系统来跟踪和管理库存。
在此方法中，站点将配置 WebSphere MQSeries 和消息传递系统以在 WebSphere Commerce 和供货中心之间通信。
- 使用没有“可承诺”（ATP）支持的 WebSphere Commerce
为了向后兼容，如果您在先前产品发行版中使用任务命令作为与您自己的库存系统的接口，例如 ResolveFulfillmentCenter、CheckInventory、UpdateInventory 和 ReverseUpdateInventory 命令，则对于这些命令，您可继续使用缺省任务命令实现。
WebSphere Commerce 系统通过配置标志设置确定使用哪组接口。

如果您的站点使用前两种方法之一，则您可以使用工具了解哪个库存可承诺（ATP）。ATP 提供了一个机制，确保对客户做出的承诺是基于卖方具有的关于预期库存以及当前可提供的库存的信息。您可以管理预期库存记录（预期供应商的库存到达供货中心），以及跟踪和管理库存。

库存分配

通过检查可用于给定商店的商品的所有接收以及考虑任何已保留的库存（为拍卖或其它目的）或已分配给延迟交货订单的库存，确定可用的库存。

使用 WebSphere 贸易加速器管理库存

WebSphere Commerce 提供管理库存的工具：

- 库存管理界面允许您跟踪并管理它们的产品库存。
- 当客户订购或退回产品时，产品库存实时更新。
 - 客户可以查看他们订单中包含的任何产品当前是否在延迟交货订单上。根据此信息，客户可以决定是取消订单，还是分割订单。
 - 客户服务代表或客户代表可以在使用“下客户订单”笔记本时查看是否有任何产品当前列于延迟交货订单上。

–

► B2B

销售经理和买方通过运行“库存状态”报表，能够查看库存状态，第 103 页的 对此作了描述。

- 延迟交货订单支持。
 - 要允许延迟交货特定的产品，产品经理在“产品”笔记本上的“产品供货”页面上选择允许延迟交货。
 - 产品经理也可以强制延迟交货特定产品，要实现这一点，产品经理在“产品”笔记本的“产品供货”页面上指定“强制延迟交货”。
 - 要查看哪些产品是在延迟交货订单上，请运行“延迟交货订单上的产品”报表，第 103 页的 对此作了描述。
- 创建预期库存记录。
- 为供货中心创建特别库存接收。
- 根据供货中心的预期库存接收接收库存。
- 检查预期库存接收是否完成。

设置库存子系统

要在商店使用库存和 ATP 函数，必须定义以下函数：

- 供货中心
- 关于库存调整代码，请参阅《WebSphere Commerce 商店开发指南》。
- 退货原因代码
- 供应商
- 产品

供货中心

商店将供货中心同时用作库存仓库和装运和接收中心。一个商店可以具有一个或多个与其相关联的供货中心。在 WebSphere 贸易加速器中，指定给卖方、

▶ B2C

业务经理或

▶ B2B

后勤部经理、买方、退货管理员、收货员或提货货员角色的用户在登录时选择供货中心。通过单击 WebSphere 贸易加速器左上角的图标，您无需注销就可以更改到不同的供货中心。

▶ B2C

业务经理或

▶ B2B

后勤部经理能够查看、创建、更改或删除供货中心。

供应商

供应商是您的商店从其购买商品的任何组织。供应商由买方定义。买方可以查看所有供应商的列表、创建新供应商、更改现有供应商和删除供应商。

要创建新的供应商，请提供以下信息：供应商名称和地址，以及供应商的联系信息。

预期库存记录依照供应商、外部标识（通常为购买订单号）和订单日期在“预期库存”页面上显示。

产品

在供货中心可以接收库存之前，必须存在适当的产品记录。产品记录在创建商店时创建。产品经理可以通过使用 WebSphere 贸易加速器创建和更新产品。关于更多信息，请参阅第 53 页的第 9 章，『管理产品目录』。

管理库存

本节描述记录预期库存的周期，直到接收到库存并分类为可用的库存。可以通过使用以下两种方法之一接收库存：

- 具有相关联的预期库存记录预期库存
- 特别库存或未记录为预期的库存

预期库存记录

预期库存记录列出了供货中心期望接收的商品。每个预期库存记录都包含以下信息：供应商名称、订单日期、库存详细信息和外部标识（可选）。库存详细信息包括的信息例如：产品库存标识、供货中心、预期日期、数量、计量单位和注释。预期库存记录可能包含关于一件或多件产品的信息。买方可查看、更改、添加、关闭、接收和删除预期库存记录。

一旦已根据预期库存记录接收了库存，则不能将该预期库存记录删除；一旦已接收任何该库存，则不能更改或删除该预期库存详细信息。



当为供货中心可提供的库存下订单时，WebSphere Commerce 为这些订单分配库存。将库存分配到订单，将使其在订单系统中不可用。如果取消订单，库存又变为可用。

如果为未提供的库存下订单，则可以创建延迟交货订单。如果有可以用于满足订单的预期库存，将根据预期库存记录分配库存。

特别库存接收

特别库存接收在库存到达供货中心而没有相应的预期库存记录时创建。这可能是由于意外的库存到达，或可能卖方选择不使用预期库存记录来记录库存接收。

分步过程

可进行的操作		请参阅主题…
应用程序开发者	理解并建立库存系统	《WebSphere Commerce 商店开发指南》中的库存资产。
	理解库存系统是如何在商店内实施的。	《WebSphere Commerce 样本商店指南》
	理解与库存及其实现相关的数据模型	WebSphere Commerce Studio 联机帮助中的数据模型。
 B2C 业务经理或  B2B 后勤部经理	处理 WebSphere 贸易加速器中的库存和供货功能	<ul style="list-style-type: none">• 供货中心• 发布和装运• 库存调整• 特别库存接收 在 WebSphere Commerce 联机帮助中。

第 9 章 管理产品目录

本章描述了以下任务:

- 管理类别
- 管理产品

在 WebSphere Commerce 中, 创建和管理产品目录信息的主要工具是装入程序软件包和 WebSphere 贸易加速器。关于使用装入程序创建产品目录的更多信息, 请参阅第 35 页的第 6 章, 『创建在线产品目录』。此工具由站点管理员运行。产品经理和类别经理可以使用 WebSphere 贸易加速器中提供的工具更新产品。WebSphere 贸易加速器也提供了一个工具用以上载来自“逗号分隔的值”(Comma Separated Value, CSV) 文件。

类别管理

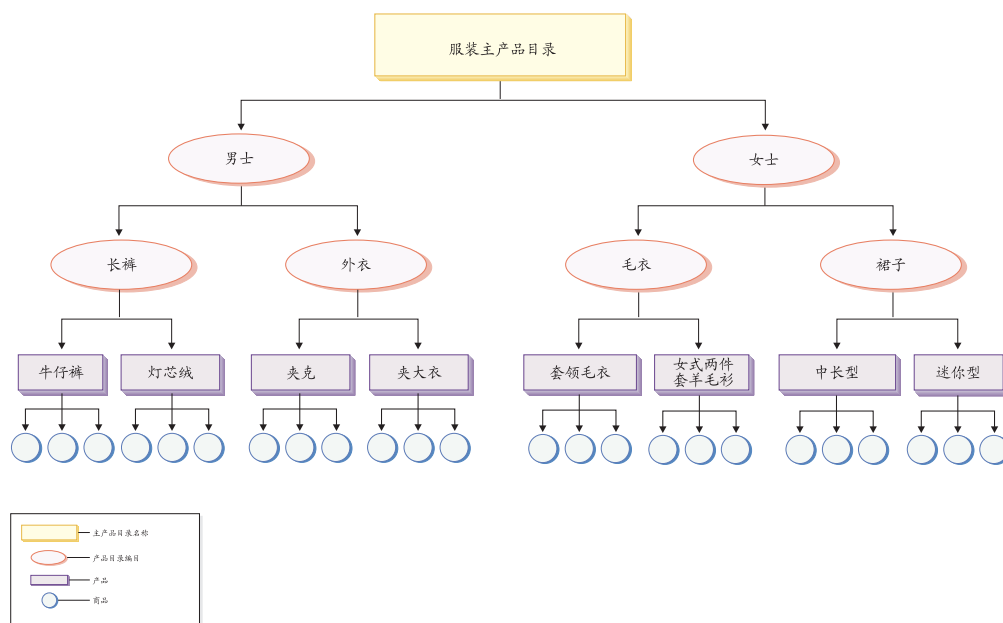
类别经理通过创建、更改和删除类别来管理类别层次结构。

主产品目录是管理您的商店商品的主要工具。主产品目录包含商店需要的所有产品目录信息。这是包含所有产品目录条目的单一产品目录。在 WebSphere Commerce 中, 产品目录使用多种语言, 即描述、属性和图像可能按语言而变化。

您的商店使用的目录结构依赖于商店的商业模型。

消费者直销商店的主产品目录

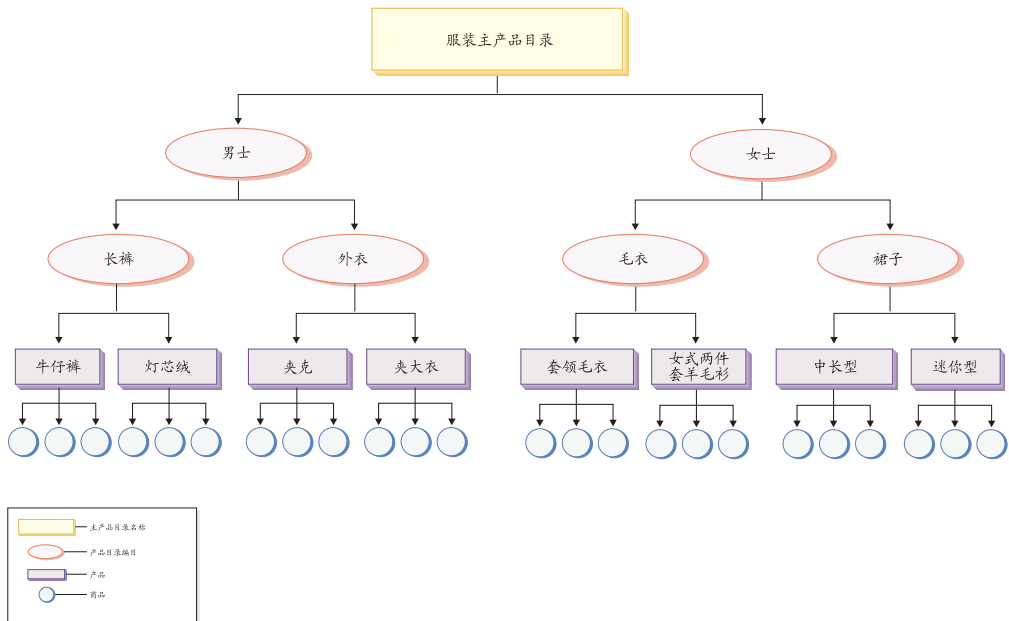
通过使用产品管理工具查看产品目录提供了显示主产品目录的方法。



对包含男式和女式服装的商店进行基本导航之后，就出现产品目录的这一部分。在两个顶级或父级产品目录组之后，是附加产品目录组（长裤、外衣、毛衣和衬衫），以及产品（牛仔裤、灯芯绒长裤、夹克、上装、圆翻领毛衣、女式两件套羊毛衫、中长裙和超短裙）及其相关库存标识。

商家直销商店的主产品目录

通过使用产品管理工具查看产品目录提供了显示主产品目录的方法。



对包含男式和女式服装的商店进行基本导航之后，就出现产品目录的这一部分。在两个顶级或父级产品目录组之后，是附加产品目录组（长裤、外衣、毛衣和衬衫），转至产品（牛仔裤、灯芯绒长裤、夹克、上装、圆翻领毛衣、女式两件套羊毛衫、中长裙和超短裙）及其相关库存标识。

这个主产品目录部分包含产品集，它将产品目录分成逻辑子集，并允许您向不同的合同参与方显示产品目录的不同部分。可使用产品集来执行以下操作：

1. 调整价格列表中产品的价格。
2. 在合同中包含或排除部分主产品目录。这称为权利，或产品选择约束。

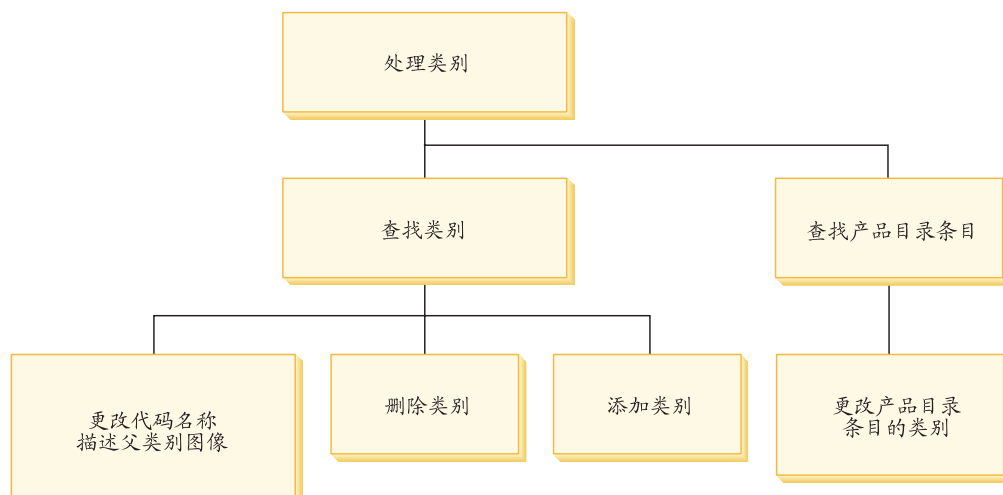
价格列表策略指定产品集合的价格。这些价格可用多种货币表示。价格列表策略可包含基于数量的价格。WebSphere Commerce 对商店主产品目录中的所有产品创建一个价格列表。价格列表策略是主产品目录中所有产品的基本定价。合同将参考价格列表策略，合同可对基本价格提供百分比调价。合同使客户组织可以在特定条件下在指定时间内以指定价格从商店或商店组购买产品。每一产品集可由一个或多个合同引用。在这种情况下，一个用户集可以浏览包含长裤的产品集，而另一用户集可以浏览包含灯芯绒长裤的产品集，等等。用户可以参与多个合同。

管理类别

您可以查看产品目录的类别和类别层次结构。通过查看类别间的父子关联，您可以确定哪里可能需要附加的类别，而哪里的某些现有类别需要更改或删除。例如，如果您

想对音乐相关的录影带添加类别，可以查看产品类别列表来确定新产品类别是否应当为父级类别，或者是否应当与现有的类别关联。在 WebSphere Commerce 中，您可以拥有无限数量的层次级别。

类别是一组具有相似属性的对象。类别用于组织由商店提供的产品或服务。类别经理可以创建、查找、列出、更改和删除类别。您可以根据不同的父类别将产品和库存标识分类。



分步过程

可进行的操作		请参阅主题…
类别经理	<ul style="list-style-type: none"> • 创建类别 • 更改类别 • 更改子类别的父类别 • 删除类别 	WebSphere Commerce 联机帮助中的“处理产品目录”。
类别经理 产品经理	更改显示产品目录条目所处的类别	WebSphere Commerce 联机帮助中的“处理产品目录”。
类别经理	创建产品集	WebSphere Commerce 联机帮助中的“选择一个类别供合同使用”。

产品目录

产品目录业务策略定义了待售产品的作用域和特征，包括商店主产品目录中的价格和分类。您可以创建以下产品目录业务策略：

产品管理

产品管理指的是管理产品目录条目的过程。在 WebSphere Commerce 中，共有下列几种产品目录条目：

产品 产品充当库存标识的模板，是最终销售给客户的各个商品。产品向导允许您为产品目录创建新的产品。使用产品笔记本可查看或更改产品详细信息，例如名称、描述和图像，或从产品目录中删除产品。您可以更新产品税款、折扣和装

运类别，并为每个产品添加装运评估值。也可以为您的产品定制实现选项，例如跟踪库存或对一个订单延迟交付产品。

库存标识

一旦创建了产品，则必须创建库存标识来表示待售商品的每一可订购项。与特定产品相关的所有库存标识商品都显示同一组属性，可由它们的属性值区分。可使用库存标识向导创建库存标识。或在您创建了所有必需的产品属性后，可以自动为产品生成库存标识。库存标识笔记本使您能查看或更改库存标识详细信息，例如名称、描述和图像，并从您的产品目录中删除产品。您可以更新销售税、折扣和装运类别，并为每个库存标识添加装运评估值。

捆绑销售商品和成套商品

捆绑销售商品和成套商品是产品目录条目的组合销售。捆绑销售商品和成套商品的产品目录条目用于促销，是以吸引消费者的方式编组的。

预置的成套商品

不能分开销售的产品目录条目的集合。例如，计算机预置的成套商品可能包含特定的中央处理器、监视器和硬盘驱动器。预置的成套商品有其自身的价格，并可以添加至购物车。一旦添加至购物车，您就无法更改预置的成套商品的内容。预置的成套商品从某些方面来看与产品类似，具有定义属性。

以下图像显示“时尚潮流”样本商店中的成套商品。



注意，客户可能无法从成套商品中除去任何库存标识。

The screenshot shows a shopping cart interface. The cart contains the following items:

数量	商品	价格	总额	操作
1	紧身短青心和裙子组合 上装尺寸: 小号 颜色: 白色 裙子尺寸: 8 颜色: 灰色	CNY371.61	CNY371.61	除去
1	紧身短青心和裙子组合 上装尺寸: 小号 颜色: 白色 裙子尺寸: 8 颜色: 灰色	CNY371.61	CNY371.61	除去
1	高级钱包 颜色: 黑色	CNY230.93	CNY230.93	除去
1	高级腰带 尺寸: 28 颜色: 黑色	CNY264.96	CNY264.96	除去
1	紧身短青心和裙子组合 上装尺寸: 小号 颜色: 白色 裙子尺寸: 8 颜色: 灰色	CNY371.61	CNY371.61	除去

促销信息: * 购买 1,200 元的商品将享受 15% 的折扣。
小计: -CNY241.61 CNY1,369.11 [更新总额](#)

购物车操作: [继续购物](#) [快速结账](#) 或 [结账](#)

捆绑销售商品

允许客户通过一次单击购买多个商品的产品目录条目的集合。例如，当某一计算机的捆绑销售商品是中央处理器、监视器、硬盘驱动器和 CD-ROM 驱动器时，这些组成部分可以分别销售。捆绑销售商品的价格由其不同的产品目录条目组成。捆绑销售商品是不能直接购买的。

以下图像显示“时尚潮流”样本商店中的捆绑销售商品。

时尚潮流

购物车 我的帐户 与我们联系 帮助

主页 男式 女式 新品

选择语言
简体中文 GO!

选择货币
人民币 GO!

搜索
GO!

高级搜索

促销
注册 立即获取赠券和促销!

服务
引导销售 将帮助您找到想要的商品。

▶ 拍卖



休闲套装
这套衬衫、长裤和腰带的组合特别适合用于在办公室中悠闲时穿著。为了完成整套搭配，我们在其中包含了一个时髦的皮夹。



礼服衬衫
CNY364.24
制绣衣领、单针缝合的 100% 棉制礼服衬衫。配领带或不配领带都同样适宜！可以机洗。

数量：
1

尺寸：
小号

颜色：
深黄褐色



正面无褶棉制长裤
CNY318.78
这些舒适而时髦的 100% 棉制长裤适合在工作时穿著。正面无褶，2 个带扣后袋，前拉链和皮带环。经预水洗并预缩水。机洗。

数量：
1

颜色：
深灰色

尺寸：
大号



高级钱包
CNY230.93
这款高级全真皮折叠式钱包配有一个身份证透明夹、一个钱夹以及六个卡片槽。

数量：
1

颜色：
黑色



高级腰带
CNY264.96
这款高级腰带配在钟爱的牛仔褲上更显靓丽，或使您更合潮流。这条全粗面皮革的腰带宽 1.5 英寸，配有坚固的镍带扣。

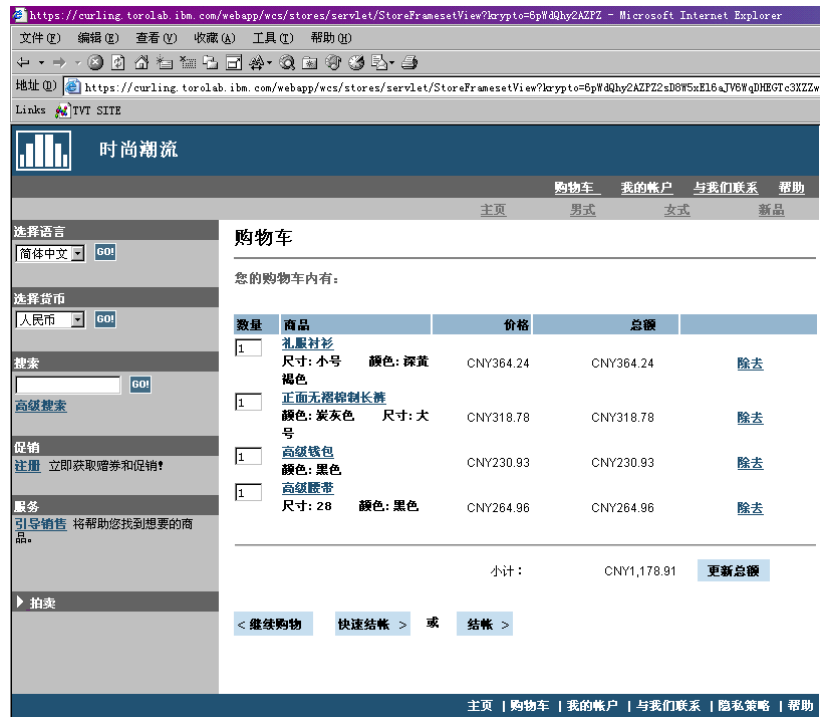
数量：
1

尺寸：
28

颜色：
黑色

添加至购物车

注意，客户可以从捆绑销售商品中除去一个或多个库存标识。



静态成套商品

静态成套商品是作为一个单元订购的一组产品。关于静态成套商品中包含的产品的信息是在 WebSphere Commerce 的范围内预定义并受控制的。不能修改订单内的单个组件，必须对它们一起进行修改。如果无法获得静态成套商品的任何组件，该静态成套商品就会延迟交货订单。

动态成套商品

动态成套商品是包含一个或多个库存标识或组件的可订购库存标识。构成成套商品的组件的定义只有在已订购和配置了成套商品后才可知，因此得其名动态成套商品。

某些产品目录条目也可具有属性。共有两种属性：

定义属性

定义属性是网上商店的库存标识属性，例如颜色或大小。属性值是属性的特性，例如特定颜色（蓝色或黄色）或大小（中型）。您必须预定义属性值，然后将它们分配给库存标识。属性值与它们的属性隐式关联。属性和属性值的每一可能组合都等同于一个新的库存标识。在创建属性及其值之后，您可以更新诸如名称、描述和类型（文本、整数或小数）之类的信息。定义属性还用于库存标识解析。

描述性属性

描述性属性就是附加属性。例如，一部分服装应为不可水洗，只能干洗。描述性属性可以指定只能干洗状况。或电子设备使用 AA 还是 AAA 电池。描述性属性不用于库存标识解析。

产品、库存标识、捆绑销售商品和成套商品的特征

WebSphere 贸易加速器中，产品目录条目可包含以下特征：

注：注意，动态成套商品可以在“产品”管理工具中查看，但是不可以创建。静态成套商品首先被创建成预置的成套商品（并且只可在诸如“产品管理”的工具中被视为成套商品）但是稍后“站点管理员”可以通过运行一个 SQL 命令把预置的成套商品更改为静态成套商品：

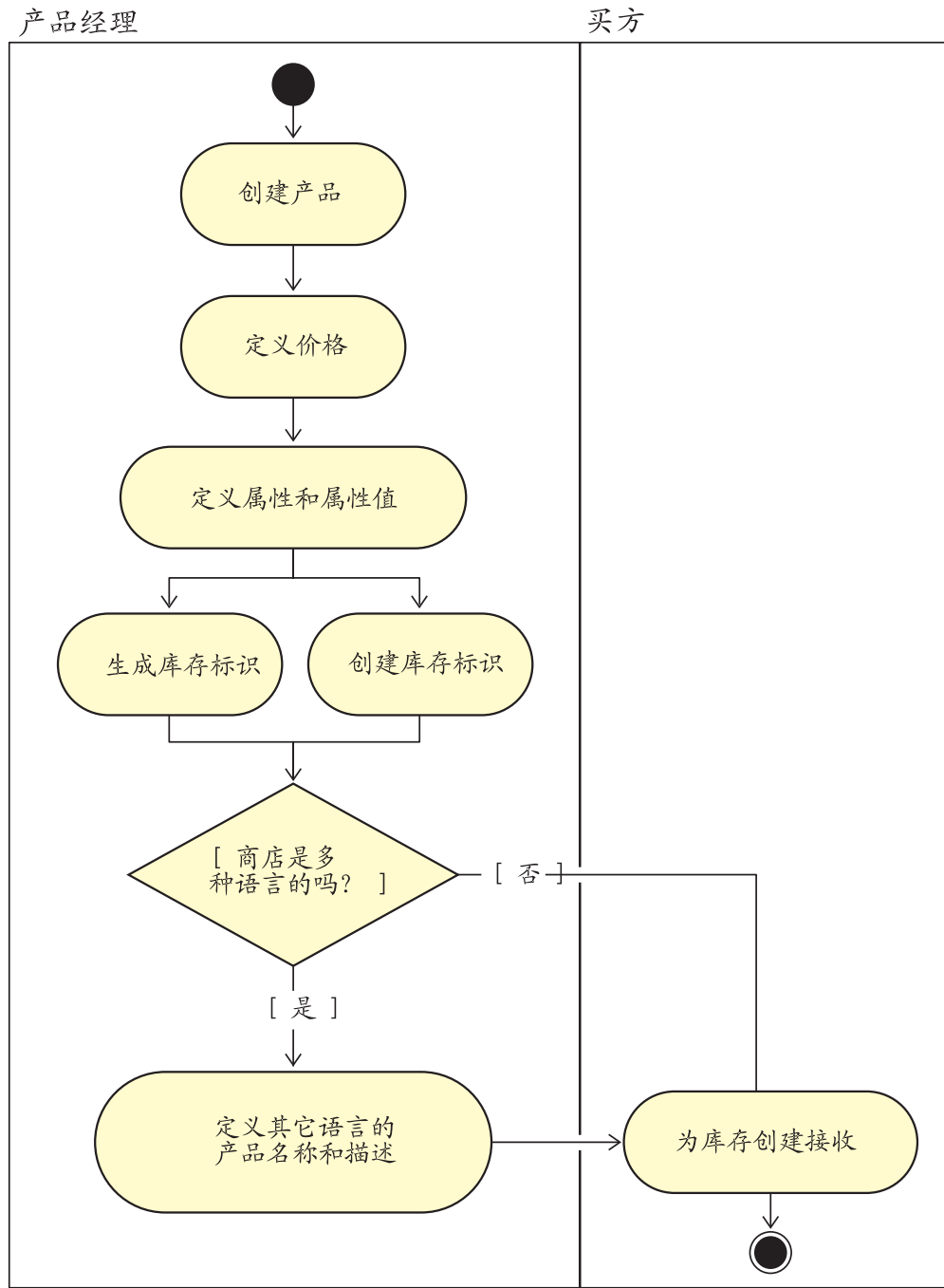
	产品	库存标识	捆绑销售商品	成套商品	
				预置的	动态
一般信息 代码 名称 发布日期 回收日期 最近一次更新 对客户显示 可购买 开始拍卖	X	X	X	X	X
描述 简短描述 详细描述 1 详细描述 2 详细描述 2	X	X	X	X	X
要在商店页面上显示的图像 全尺寸图像 缩略图像	X	X	X	X	X
折扣代码	X	X		X	X
生产商信息 生产商部件号 生产商名称	X	X	X	X	X
销售税	X	X	X	X	X
装运税	X	X	X	X	X
URL	X	X	X	X	X
装运计量单位 重量 重量计量 以此金额的倍数销售 每个打包销售商品中的商品数 计量单位	X	X	X	X	X

	产品	库存标识	捆绑销售商品	成套商品	
				预置的	动态
产品供货 跟踪库存 允许延迟交货 强制延迟交货 分别发货 可退货 可返款 库存跟踪金额 库存跟踪计量单位	X			X	X
类别 将某一类别下的产品和所有关联库存标识编组	X		X	X	X
属性 添加或保留库存标识的定义属性值		X		X	X

创建产品、属性和库存标识

类别经理在产品目录中创建类别后，产品经理可以创建产品目录条目。

下图显示使用 WebSphere 贸易加速器创建新产品所需的步骤。完成所有步骤后，客户可以从商店页面查看并购买产品。



分步过程

关于在商店中管理产品目录的分步指导，请参阅 [WebSphere Commerce 联机帮助](#)。

可进行的操作		请参阅主题...
产品经理	发布产品	添加产品
	停止产品	更改产品
	撤销产品	更改产品
	指定产品是否对客户显示	隐藏产品
	指定产品在指定的时间段内是否可购买。	更改产品
	同时更改许多产品的一项信息（例如更改给定类别下所有产品的生产商名称）	查找并替换动态表中的文本
	列出包含特定属性值的所有产品	查找目录条目
	定价 设置产品的价格范围 设置库存标识的价格范围 设置预置的成套商品的价格范围	向产品添加价格，更改产品价格
	对产品添加附加描述，例如对衬衫添加只可干洗描述	添加描述性属性
	创建一组产品，以使客户能够方便的一次性购买几个产品，同时又允许客户从该组中除去一个或多个商品。	创建捆绑销售商品
	创建不可分别销售的产品的集合。客户将无法从组中除去商品。	创建成套商品
	对产品添加附加属性，例如颜色或大小	添加定义属性
	对产品添加附加属性值，例如蓝色或小型。	添加属性值
删除产品目录条目	删除产品 删除库存标识 删除捆绑销售商品或成套商品	
站点管理员	创建静态成套商品	创建静态成套商品
应用程序开发者	创建目录	《 <i>WebSphere Commerce 商店开发指南</i> 》。

第 10 章 管理客户信息

本章描述可由客户服务代表或客户代表更改的客户注册信息。除了更改客户注册信息外，CSR 还可以在商店注册客户、重新设置客户的密码，锁定或解锁客户帐户。

客户注册信息

客户服务代表可以管理注册客户的客户信息。数据库中不保存未注册客户或临时客户的信息，因此也没有适当的客户信息需要管理。

未注册客户

是指不具有在商店购物的客户登录标识和密码的客户。此客户尚未提供注册信息，例如联系方式或情况调查信息，而且以后的访问将不保留任何兴趣列表或购物车商品。未注册客户被认为是临时客户。

注册客户

是指已提供用于创建注册概要文件的信息的客户。该客户具有在商店提交订单时必需的登录标识和密码。任何兴趣列表和购物车商品将被“保存”，以便在返回访问时客户无须再浏览在线产品目录。

更改客户注册信息

要管理客户信息，例如客户地址、密码或帐号状态，客户服务代表或客户代表可以搜索客户，然后更新相应的信息。客户提供的注册信息取决于商店“注册”页面上收集的信息。某些注册信息可能是可选的。要查看或更新客户信息，请使用“客户信息”笔记本。笔记本显示以下内容：

常规 安全性信息，用于标识目的密码提示问题和答案，以及 X.509 安全性证书状态（如果适用）。一般信息也包括客户全名、首选的购物语言和货币以及帐户状态（启用或禁用）。

地址 详细地址。

联系 联系信息，例如电子邮件地址、电话号码和传真号码。客户可以指示他们的首选通信方法以及最佳呼叫时间。客户还可以指定是否接收商店的促销资料。

情况调查

情况调查信息，例如年龄、性别、婚姻状况、年收入、家庭成员数、子女数、回头客、职业、雇主和业余爱好。

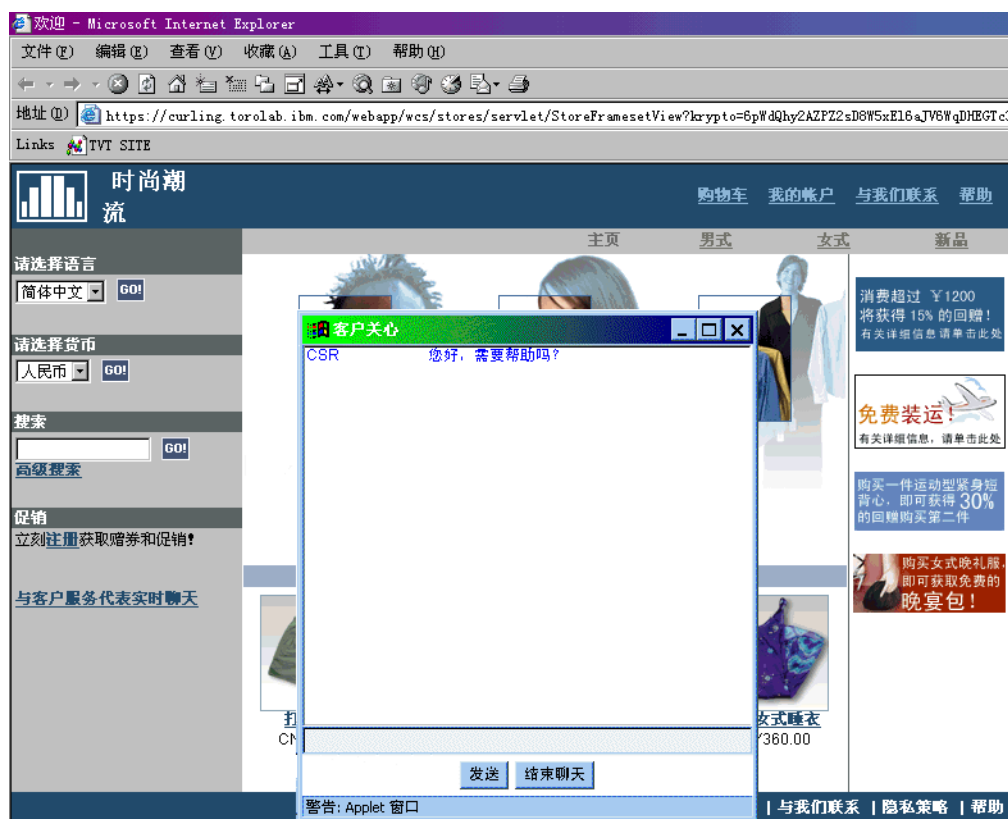
分步过程

客户服务代表或客户代表可以执行以下任务:

可进行的操作		请参阅主题...
客户服务代表 客户代表	查找客户 将客户注册到商家至客户商店中 查看客户摘要 锁定或解锁客户的帐户 重新设置客户的密码 更改客户地址 更改客户情况调查信息 更改客户联络信息 指定客户不想接收商店的促销电子邮件	请参阅 WebSphere Commerce 联机帮助中的主题“客户信息”。
Business 站点管理员	创建用户 更改用户	请参阅 WebSphere Commerce 联机帮助中的主题“客户信息”。

第 11 章 客户服务

客户服务功能在客户服务代表和商店客户或买方之间使用 Lotus Sametime，从而通过同步文本界面（即时消息传递 — IM）提供客户服务实时支持。客户可以进入站点并单击商店页面上的一个链接以连接到客户服务代表（CSR），以便双方可以在因特网上通信或交谈。



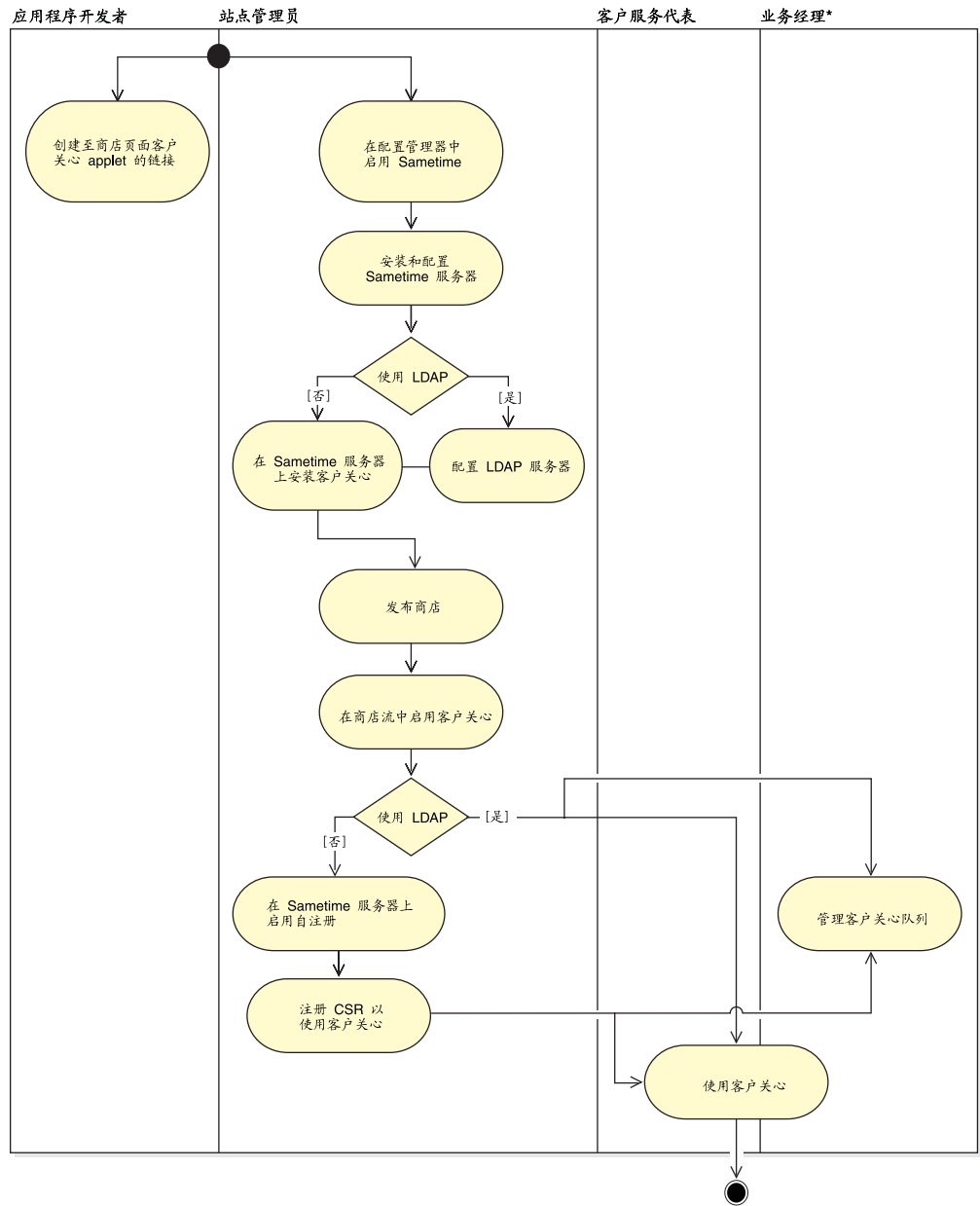
CSR 通过 WebSphere 贸易加速器访问客户服务接口。此外，CSR 可以查看客户需要辅助的商店页面，并且可以检索购物车和概要文件信息。此接口还允许 CSR 与其它 CSR 进行交谈。

在本发行版的 WebSphere Commerce 中顾客关心特征现支持队列。顾客关心队列的主要功能包含以下方面：

- 多队列以及 CSR 安排等待帮助的客户的顺序的能力。业务经理可使用 WebSphere 贸易加速器创建，更改，删除 CSR 并把它指定到队列。客户服务代表可以选择向指定到他们队列的任一客户提供服务。
- 客户服务代表可用在商店中监视客户定制属性。

设置和使用客户服务

下图显示了在商店中安装或使用顾客关心所需要的进程。请参阅第 69 页的『分步过程』以获得列表，显示在哪里可以找到执行每个任务的更多信息。



分步过程

可进行的操作		请参阅主题…
站点管理员	安装和配置 Lotus Sametime Server 和客户服务功能部件	《WebSphere Commerce 附加软件指南》中的“安装客户服务”。
	配置商店使用客户服务	WebSphere Commerce 联机帮助中的“使用 WebSphere Commerce 配置商店”。
	更改客户关心设置（“监视”类型、会话限制、购物车、Sametime 服务器）	WebSphere Commerce 联机帮助中的“可由管理员完成的修改”。您也可以参阅《WebSphere Commerce 附加软件指南》。
业务经理	处理顾客关心队列。	<ul style="list-style-type: none">• 指定顾客关心队列• 删除顾客关心队列• 创建新的顾客关心队列• 更改顾客关心队列
客户服务代表	使用客户关心来帮助站点上的客户	WebSphere Commerce 联机帮助中的“使用客户关心”。
应用程序开发者	在商店页面中启用客户关心。	请查阅在《WebSphere Commerce 商店开发指南》和《WebSphere Commerce 样本商店指南》中的客户关心主题。

第 12 章 管理订单

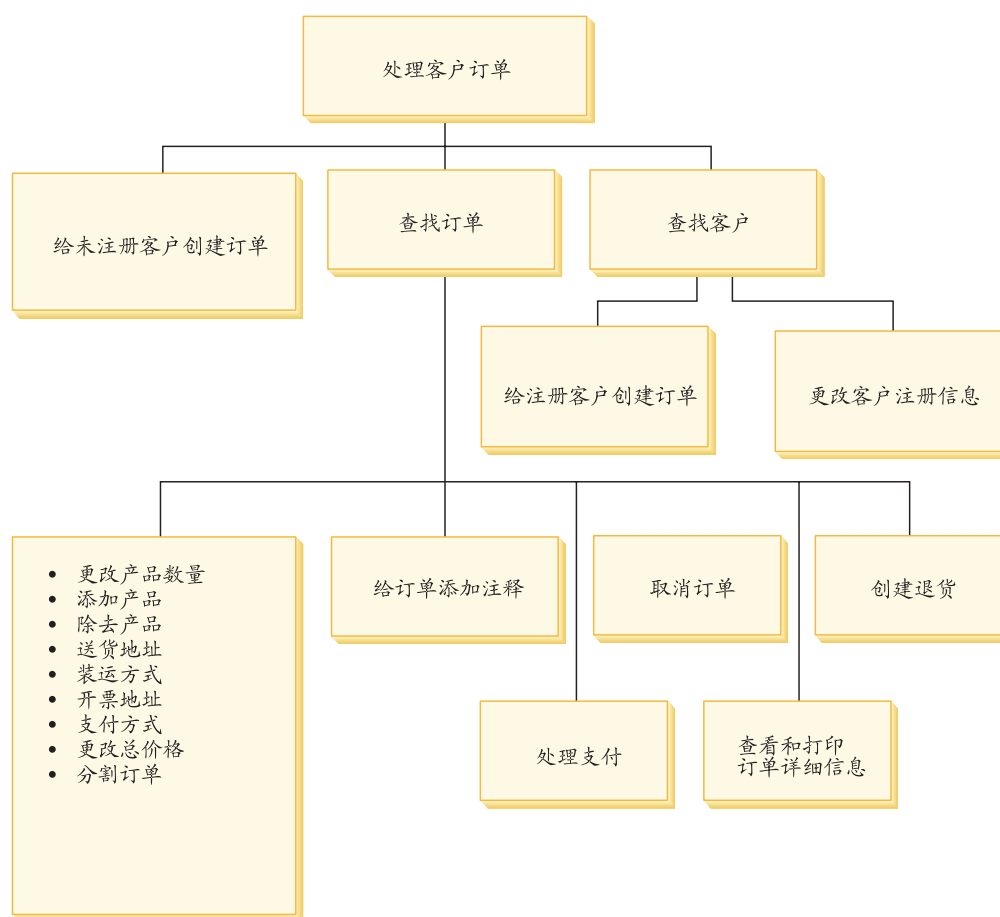
客户服务代表或处在一个商家到商家站点上的客户代表可以跟踪和管理关于订单的详细信息，包括客户、收件人、产品和数量、总成本（包括税款和装运费用）、装运规格、支付方式和任何注释。

在 WebSphere Commerce 中，一个订单为：客户已选择购买或已经购买的一个或多个产品、产品价格和指定的数量。客户服务代表也可代表客户下订单。除产品外，客户订单还包括开票地址；送货地址（不适用于可下载购买物，如软件）；装运方式、递送者和服务；支付信息；税款和装运费用以及下订单者规定的任何注释或调价。

本章介绍普通的与订单相关任务。

处理客户订单

下图显示普通的订单相关任务。



查找客户订单

您可以根据订单号、客户登录标识、订单状态或帐号来搜索订单。您也可以对订单进行分类，以更清楚地显示您正寻找的信息。例如，您可以按订单状态或用户姓氏对订单进行分类。

订单状态代码帮助您跟踪客户所下的订单。您可以使用订单状态代码来跟踪订单的进度。一些常用的订单状态代码显示在下表中。

代码	名称	描述
I	已提交	客户已提交订单，但还未开始支付。
S	已装运	所有订购商品已装运。
X	取消	订单已取消。
R	发布	所有订购商品已针对供货发货。
D	付款已落实	付款已收到。

您可以搜索 WebSphere Commerce 数据库中的任何订单。

更改客户订单

已提交的订单只要尚未针对供货发货，就可以对其进行更改。不能更改订单状态为已装运、已取消、已发货或已圈出的订单。

取消订单

不能取消订单状态为已装运、已取消、已发货或已圈出的订单。取消客户订单时，您可以写入取消的原因，如客户订错了产品，或者所选择的产品暂时缺货而且客户不愿意等待新货。您可选择是否向客户发送包含此注释文本的电子邮件。**订单被取消后，将无法恢复。**

对订单添加注释

您可以在订单中添加注释用于自己参考或者将此注释用电子邮件发给客户。例如，如果库存不足以满足订单，您可以在注释中指明原因并将其用电子邮件发给客户。这样，客户可以得知装运延迟。

处理订单的支付

订单装运前，必须核准支付。WebSphere Commerce Payments 用来处理支付。要更改客户订单的支付状态，客户服务代表和客户代表可以从 WebSphere 贸易加速器链接到 WebSphere Commerce Payments。

为未注册客户创建订单

遵循“下临时订单”页面提示依次提供订单的必需信息，包括产品、数量、开票地址、送货地址、装运方式、支付选项以及注释或特定调价（如果需要）。

为注册客户创建订单

遵循“下订单”向导页面提示依次提供订单的必需信息，包括产品、数量、开票地址、送货地址、装运方式、支付选项以及注释或特定调价（如果需要）。

分步过程

可进行的操作		请参阅主题…
客户服务代表	创建订单	<ul style="list-style-type: none"> • 为注册客户创建订单 • 为未注册顾客创建订单 • 为商业用户创建订单
	更改订单（产品数量、添加产品、除去产品、送货地址、装运方式、总价格、支付选项、开票地址、添加注释、分割和支付处理）	<ul style="list-style-type: none"> • 更改订单
	查看订单信息（注释、订单摘要、摘要、支付状态、发票和个性化属性）	<ul style="list-style-type: none"> • 查看订单信息
	处理支付	<ul style="list-style-type: none"> • 处理订单支付 • 更改订单的改支付处理 • 查看订单的支付状态
应用程序开发者	定制“订单管理”子系统	集成在 WebSphere Studio 内的 WebSphere Commerce Studio 联机帮助提供了关于“订单管理”子系统与如何扩展子系统的广泛信息。从概念导航中选择“订单管理”子系统。
站点管理员	从数据库中删除旧订单	查看 《 <i>IBM WebSphere Commerce 管理指南</i> 》中的数据库清理实用程序部分。

第 13 章 退货

本章描述了以下关键的客户服务任务:

- 处理退货

上面列出的任务通常是由客户服务代表执行的, 或者对于商家到商家商店是由客户代表执行的。客户服务主管负责核准系统拒绝的任何退货。

退货原因

退货原因是商店定义的、可以退回产品的原因。退货原因必须同时来自卖方和客户角度, 因为这些原因并不总是相同。例如, 客户可能因为产品不正常工作而退回产品, 但退货管理员可能发现客户使用产品时没有遵照使用说明, 而产品实际上正常工作。退货原因以客户或卖方的角度为基础。

当客户服务代表创建退货时, 则指定了客户的退货原因。当退货管理员指定退货处理, 则卖方指定了退货原因。

处理退货

如果客户不满意他们购买的商品, 可请求以返款的形式将原始购买的金额退到信用卡或信贷限额中。在 WebSphere Commerce 中, 退货包括为订单支付的税款的返款, 但不一定包含装运费用。要退回客户的装运费用, 可以手工将它添加到总退款金额中。

根据您的业务, 退货并不总需要客户实际返回不想要的产品。例如, 如果客户希望对从杂货店购买的新鲜产品退款, 则商店可能不会要求将此新鲜产品退回商店。

创建一个商店时, 商店就定义退货策略, 例如, “时尚潮流”商店定义如果在购买后三十天内提出退货, 则将自动退回所有退货。“时尚潮流”商店不对退货进行收费。

当商品退回到供货中心时, 就会启动“退货商品授权”(RMA)。一些商店可能需要客户联系商店并要求客户服务代表启动 RMA; 其它商店则会在被退回的商品到达供货中心时启动 RMA。符合商店的退货策略的所有退货由系统自动核准。不符合商店的退货策略的退货可以由客户服务主管核准。

退货商务策略

退货业务策略定义是否接受退款、接受退货的时间期限以及适用于退货的重新进货费用。您可以设置以下退货业务策略。

退货收费

退货收费指定对退回的商品退款的金额。它包括重新进货费用和退款价格百分比。

退货核准

退货核准策略在装运将接受退货的商品后, 会声明时间段。

退货支付方式

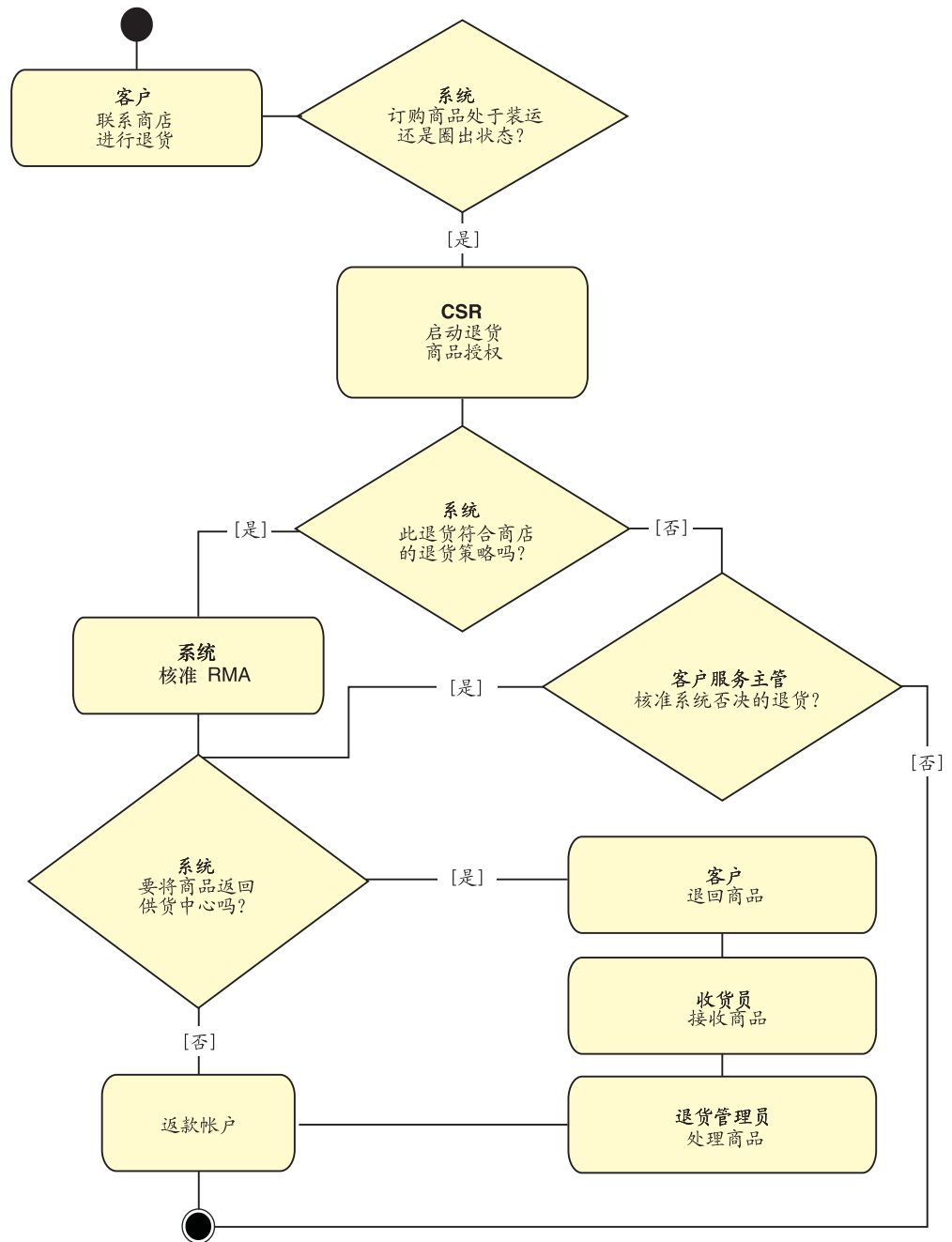
退款支付方式策略定义如何就退回的货物向买方退款。

系统拒绝的退货

WebSphere Commerce 将拒绝任何不符合商店退货策略的退货。指定为“客户服务主管”角色的用户可以核准系统拒绝的任何退货。拒绝退货的一般原因包含如下：

- 产品在产品管理笔记本中被指定为可退货，但客户服务代表重设了这一设置。例如，如果一张 CD 在产品管理笔记本中标记为可退货，但客户与商店联系，称 CD 在送货期间被刮伤。商店不必让客户将产品送回商店，只需向客户送出第二张 CD 即可，不要求客户退回破损的 CD。在此情况下，客户服务代表可以在产品退货笔记本中指示 CD 不需要退回到供货中心。
- 退货数量多于装运数量。例如，客户订购三本书，但尝试退回四本。
- 请求的返款金额多于初始购买所支付的金额。例如，商家会在授权客户信用卡前向客户发送一个订单。后来，信用卡遭窃了；因此，当商家试图向信用卡存钱时，该存款请求失败。客户把商品退回到商店。系统会拒绝该退货，因为商家还未向信用卡存款。
- 退货阶段已过。例如，商店不接受在初始购买十天之后退货。
- 产品在产品管理笔记本中被指定为不可信。例如，通过公司的出口 Web 站点提供的某些计算机设备整修部件可能被标记为“不可信”。
- 商店没有自动核准策略，因此所有退货都必须手工核准。

下图显示了如何使用 WebSphere 贸易加速器来处理退货。



分步过程

可进行的操作		请参阅主题…
客户服务代表	查找退货，取消退货，更改退货，查看退货详细信息	WebSphere Commerce 联机帮助中的退货和退款
客户服务主管	核准系统拒绝的退货。	WebSphere Commerce 联机帮助中的核准系统拒绝的退货

可进行的操作		请参阅主题...
后勤部经理, 业务经理	设置退货原因代码	WebSphere Commerce 联机帮助中的退货原因
产品经理	为商店销售的产品指定退货条件	WebSphere Commerce 联机帮助中添加产品。
应用程序开发者	更改商店的退货策略	《WebSphere Commerce 商店开发指南》

第 14 章 市场营销

WebSphere Commerce 通过使市场营销人员直接与站点交互，而不是请求“信息技术”部门作必要的更改，从而使市场营销和个性化更加简便易行。市场部经理创建针对各个客户概要文件的大规模市场竞销。而竞销又继而促进站点销售、增加收入或增强客户对站点的了解。

本章提供了以下信息：

- 折扣
- 电子广告位
- 客户概要文件的创建和维护
- 市场竞销和竞销活动的创建和维护
- 赠券促销

折扣

折扣可以激起客户的购买欲望。您可以提供百分比折扣（如下调 10%）或固定金额的折扣（如降价 ¥15）。折扣可以应用于特定的产品、特定的库存标识或总价格。例如，您可以向老客户提供 20% 的折扣；如果库存中有许多红色全球帽，则可以在一定时期内对这种帽子提供 25% 的折扣。

通过使用 WebSphere 贸易加速器中的“折扣”向导创建折扣。属于以下任一角色的用户可创建折扣：产品经理、买方、类别经理和销售经理。折扣也可通过（由站点管理员）使用“装入程序”软件包创建，或在从先前版本迁移期间导入。这些折扣将正常工作，但在 WebSphere 贸易加速器中的显示可能不正常。

折扣可以是活动或非活动的。折扣在创建时缺省设置为活动的，但可以使用 WebSphere 贸易加速器随时停用。例如，如果您注意到打折的产品的库存水平对于增长的需求来说太低，便可能想要在折扣失效前将它停用。

在 WebSphere Commerce 中共有两种可以实现折扣的方式：

基于模式的系统

使用 WebSphere Commerce 数据库中的表来定义折扣。基于模式的折扣系统是为那些从先前版本升级而来的站点保留的。

基于规则的系统

折扣是 WebSphere Commerce 服务器的规则服务器中的规则。如果您正在创建一个新站点，则应实现基于规则的折扣系统。使用基于模式的系统时有些折扣类型未提供。

折扣在以下业务模型中可用：消费者直销，B2B 直销，主管商店，供应商主管商店和转销商主管商店。

折扣类型

以下列表显示 WebSphere Commerce 中可用的不同折扣类型。

以下折扣始终可用

- 总购买量的降价百分比
- 总购买量的降价金额
- 每件产品的降价百分比
- 每件产品降价金额
- 限定产品降价金额

以下折扣只在使用基于规则的折扣时可用

- 订单级别的装运费用折扣
- 购买商品 A **X** 件，免费赠送 A 一件。
- 购买产品或商品 A 或 B 或 C，则赠送 D

将折扣指定到产品或库存标识

您可以将折扣指定到产品或库存标识。如果所有可订购的库存标识包含在要折扣的产品中，则将折扣指定到产品。如果并非所有的库存标识都在一个要折扣产品中，则将折扣指定到特定的库存标识。

广告折扣

您可以使用 WebSphere 贸易加速器中的市场营销工具做折扣广告。要实现这一点，创建支持折扣的广告副本，并在调度广告以占据一个特定的电子广告位时选择此广告副本。

折扣目标为一组客户

要为一组特定客户提供折扣，您需要创建一个客户概要文件。下表说明所使用的计算方法（用于产品级别的折扣）和最后结果之间的区别。

客户购买 4 本书，每本 80 元。此客户还购买 3 张 DVD，每张 160 元。不打折扣的总价格是 800 元。折扣适用于确定最终价格。

折扣类型	规则	计算	结果	
总购买量的 降价百分比	简单	总购买量降价 25%，没有最小限制。	$[(4 \times \text{¥}80) + (3 \times \text{¥}160)] \times (1 - 25\%)$ ¥ 600	
	多范围	0 - ¥ 319.92	无折扣	$[(4 \times \text{¥}80) + (3 \times \text{¥}160)] \times (1 - 10\%)$ ¥ 720
		¥ 320 - ¥ 879.92	总购买量降价 10%	
¥ 880 及以上	总购买量降价 20%			

折扣类型		规则		计算	结果
总购买量的 降价金额	简单	至少花费 ¥ 720, 并获取总购买量 中 ¥ 120 的降价		$[(4 \times \text{¥} 80) + (3 \times \text{¥} 160)] - \text{¥} 120$	¥ 680
	多范围	0 - ¥ 799.92	无折扣	$[(4 \times \text{¥} 80) + (3 \times \text{¥} 160)] - \text{¥} 80$	¥ 720
		¥ 800 - ¥ 1599.92	总购买量降价 ¥ 80		
¥ 1600 及以上	总购买量降价 ¥ 160				
每件产品的 降价百分比	简单	购买四本或四本以上书时每本书降 价 25%。		$[4 \times (\text{¥} 80 \times \{1 - 25\%\})] + (3 \times \text{¥} 160)$	¥ 720
	多范围	1 - 5 本书	每本书降价 10%	$[4 \times (\text{¥} 80 \times \{1 - 10\%\})] + (3 \times \text{¥} 160)$	¥ 768
6 本或 6 本以上的书		每本书降价 20%			
每件产品降 价金额	简单	当购买 3 本或 3 本以上书时, 每 本书降价 ¥ 40		$[4 \times (\text{¥} 80 - \text{¥} 40)] + (3 \times \text{¥} 160)$	¥ 640
	多范围	1 - 5 本书	小计书的降价为 ¥ 80	$[(4 \times \text{¥} 80) - \text{¥} 80] + (3 \times \text{¥} 160)$	¥ 720
6 本或 6 本以上的书		小计书的降价为 ¥ 160			
每个限定产 品降价金额	多范围	1 - 5 本书	每本书降价 ¥ 24	$[4 \times (\text{¥} 80 - \text{¥} 24)] + (3 \times \text{¥} 160)$	¥ 704
		6 本或 6 本以上的书	每本书降价 ¥ 48		

分步过程

可进行的操作	请参阅主题...	
站点管理员	启用基于规则的市场营销内容折扣	WebSphere Commerce 联机帮助中的启用 <i>WebSphere Commerce</i> 的个性化市场营销内容。
	激活基于规则的折扣	WebSphere Commerce 联机帮助中的检查规则服务状态。
	管理基于规则的数据	<ul style="list-style-type: none"> 把基于规则的折扣数据从登台服务器传播到生产服务器 用基于规则的折扣维护登台服务器 在 WebSphere Commerce 联机帮助中。

可进行的操作		请参阅主题...
卖方、买方（销售方）、类别经理、产品经理	为产品目录条目（产品、库存标识、预置的套装商品或捆绑销售商品）指定折扣代码	WebSphere Commerce 联机帮助
	创建、激活、停用或删除折扣代码	WebSphere Commerce 联机帮助
	创建订单级别的折扣	WebSphere Commerce 联机帮助
	创建产品级别的折扣	WebSphere Commerce 联机帮助
应用程序开发者	理解折扣数据模型	WebSphere Commerce Studio 联机帮助 中的计算规则 - 折扣数据模型
	理解样本商店中的折扣实现	配置和激活 《WebSphere Commerce 样本商店指南》 中的预定义折扣

电子广告位

电子广告位显示广告内容、类别推荐或产品推荐。

应用程序开发者将电子广告位放置在适当的页面上。每个电子广告位都具有唯一的名称。市场部经理选择要将其目标定为竞销创建过程一部分的电子广告位。

当顾客浏览商店时，电子广告位与 WebSphere Commerce Server 通信以确定在它们的位置上应显示的内容。JSP 页面可以包含任意多的电子广告位。站点中的任何 JSP 页面都可以包含电子广告位。

The screenshot displays a web page for '时尚潮流' (Fashion Trends). The page features a navigation bar with links for '购物车' (Shopping Cart), '我的帐户' (My Account), '与我们联系' (Contact Us), and '帮助' (Help). Below the navigation bar, there are three main promotional banners: '男式时装' (Men's Fashion) with a male model, '女式时装' (Women's Fashion) with a female model, and '新品' (New Arrivals) with a mannequin. To the right of these banners are several promotional messages: '购买一件运动型紧身短背心, 即可获得 30% 的回购购买第二件', '购买女式晚礼服, 即可获得免费的晚宴包!', and '消费超过 ¥1200 将获得 15% 的回购!'. Below these banners is a section titled '查看本月最畅销产品!' (View This Month's Best Selling Products!) which lists four items: '打褶短裤' (CNY207.00), '条纹 T 恤衫' (CNY223.56), '羊毛绒衬衫' (CNY247.99), and '夏日女式睡衣' (CNY372.60). The page also includes a search bar, language selection (Simplified Chinese), and currency selection (RMB).

如果电子广告位包含一个广告，那么必须把广告副本定义为放置在电子广告位中。

广告副本

广告副本是指为竞销创建的所有支持材料。绘画能手和作家以 Flash、gif 或 JPEG 格式创建广告副本。广告副本包括产品图片、广告中使用的图形和市场营销文本。

客户概要文件

客户概要文件定义具有一系列共同特征的客户组。这些概要文件标识您的市场竞销的目标。通过选择条件，然后指定目标值可创建概要文件。当客户访问您的站点时，系统会将他们的个人信息与指定的条件进行对比。根据客户以及您定义的概要文件，显示特定于概要文件的推广广告或推荐销售消息。存在许多可能的条件，包括：注册期间提供的数据、购买历史信息以及关于客户访问频率的信息。

例如，通过创建针对至少六十岁的客户的概要文件，可为老年人组指定概要文件。除年龄要求外还指定性别，可进一步细分此概要文件使其针对老年女性，使概要文件还针对女性客户。

概要文件用于市场营销努力的动态目标。根据所定义的条件，在某一给定时间，客户可能适合或不适合特定的概要文件。例如，您可创建一个名为“新客户”的概要文件，它仅包含在最近三十天内注册的客户。虽然您的大多数客户不属于此概要文件，但所有新客户一经注册就符合此概要文件。新客户符合此概要文件的时间最多为三十天。这是动态的，因为它不需要您的干预，且以个人为基础应用于客户，并且是实时确定的。此概要文件所包括内容的截止日期取决于客户的注册日期和在概要文件创建期间定义的最大天数限制。

如果您选择使用客户概要文件，在创建市场竞销之前必须先创建它们。在竞销创建期间，可选择目标概要文件。您可以创建对所有客户适用的竞销；但客户概要文件可以针对特定子集的客户。

客户概要文件管理

使用此“客户概要文件”页面来找到为当前商店定义的客户概要文件的信息。此列表包含关于概要文件名称和描述的信息。您可以将显示的概要文件分类、创建新概要文件、创建概要文件副本、删除概要文件、查看属于特定概要文件的客户以及修改概要文件。

客户概要文件创建准则

要高效地使用客户概要文件，商店页面必须捕获概要文件所必需的信息。销售经理和市场部经理必须将他们的需求告诉商店开发者。出色设计的注册页面能够告知客户如何输入信息，因此将减少许多潜在的问题。请注意以下几方面：

- 字符串是精确匹配和区分大小写的

要根据省/直辖市创建客户概要文件，可以在“客户概要文件”笔记本的“省/直辖市”页面中输入“北京”。任何在商店注册页面上输入“北京”的客户都将包含在概要文件中。但输入“BJ”的客户就不会包含在其中。要针对所有希望的客户，可以在注册页面上使用列表。客户可以不用输入省/直辖市，而是从列表中选择。可以考虑使用居住的国家或地区、居住市/县/区、电子邮件地址域、兴趣、电话号码和邮政编码的列表。

- 任何找到的字符串将在概要文件中包含客户。

要根据区域代码创建客户概要文件，可以在“客户概要文件”笔记本的“电话号码”页面中输入 010。这样，任何电话号码中包含 010 这三个数字的客户都将包含在概要文件中。无论这三位数字是与客户的区域代码一致、还是与总机号码一致，或是与分机号码一致。都会发生这种情况。如果指定 (010)，但客户输入 010，则该客户不会包含在概要文件中。为避免这种问题，应当在创建概要文件时指定圆括号。应用程序开发者应确保“商店注册”页面能够验证区域代码两边存在圆括号。

竞销

有两个主要组件组成任何一个竞销，它们共同作用，提供一个完整、灵活的市场营销战略。

1. 竞销。

竞销是一种主要的市场营销努力方式。竞销还具有关联的业务对象。它们作为活动的容器使用。

2. 竞销活动。

传递个性化的内容。竞销活动是为完成竞销的全面目标而设计的协调一致的活动。它们描述用于完成竞销商务目标的单个消息。有三种类型的活动。

推荐销售

用于提供产品或类别推荐。这些推荐建议相关产品，目的是对客户进行优选销售或交叉销售。推荐销售活动还可以提醒客户注意他们可能希望考虑购买的相关产品。这些推荐是以客户以前的购买或客户购物车中当前的内容为基础的。

基于协作过滤的推荐

用于提供产品推荐。这些推荐建议相关产品，目的是对客户进行优选销售或交叉销售。它们也根据客户全面的购物行为（而不是预定义的规则），提醒客户注意他们可能希望考虑的相关产品。为使用这些活动，站点必须已经安装和配置 LikeMinds Personalization Server。

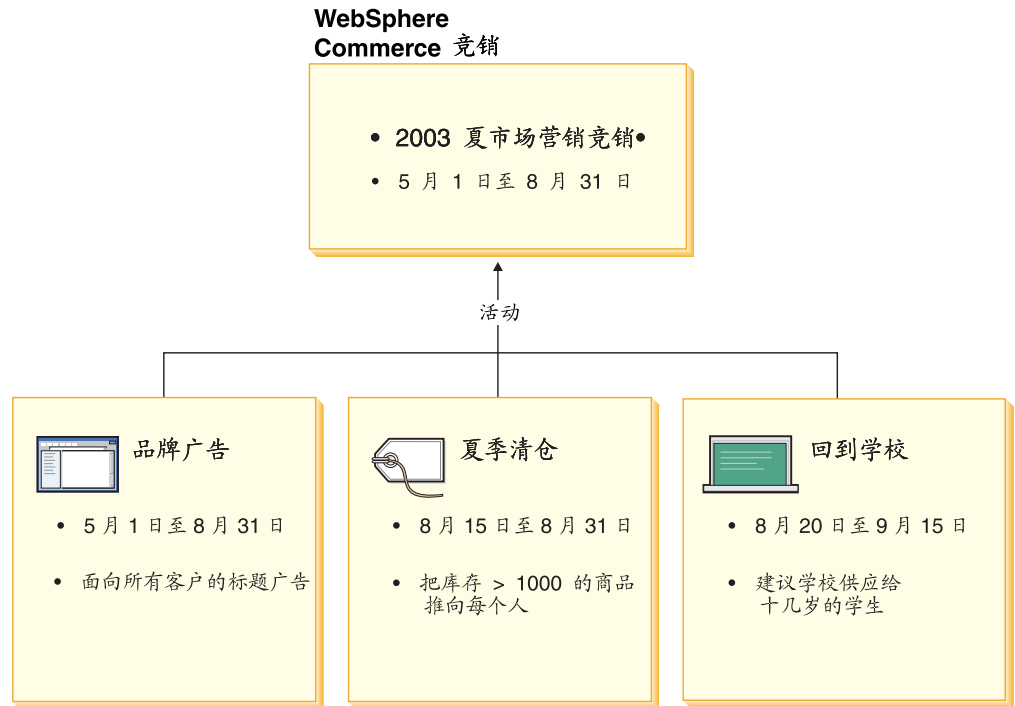
推广广告

用于显示为增加客户意识而设计的广告。例如，推广广告通知客户即将发生的事件，或增加品牌意识。

竞销活动也有一个或多个目标位置，即电子广告位。

推荐销售活动

下图显示竞销与其包含的活动之间的关系。



此图解释了一个虚构的市场竞销，称为“2002 年夏季市场竞销”。此竞销包含以下三个活动：

回到学校

这是一个推荐销售活动，它面向名为青少年的客户概要文件，并推荐学生用品。

“回到学校”活动计划从八月二十日开始运行，到九月十五日结束。

夏季清仓

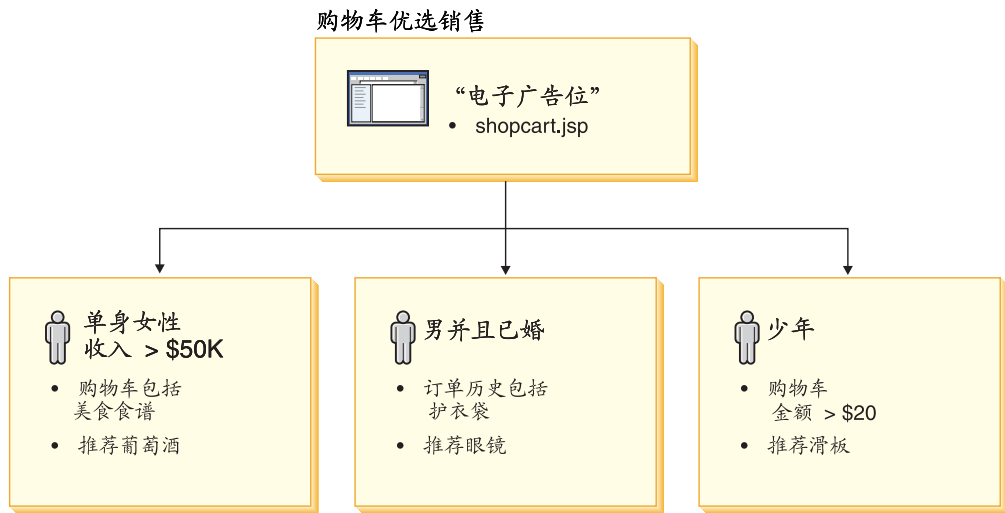
这是一个推荐销售活动，它面向所有客户概要文件，并推荐库存量大于 1000 的所有产品。“夏季清仓”活动从八月十五日开始运行，到八月三十一日结束。

品牌广告

这是一个推广广告活动，它面向所有的客户概要文件，并显示旨在增加品牌意识的标题广告。“品牌广告”活动从五月一日开始运行，到八月三十一日结束。

带有条件的推荐销售活动

下图显示了电子广告位、客户概要文件、推荐销售活动之间的关系。推荐销售活动会产生动态内容。



此页面具有一个已定义电子广告位。此电子广告位与推荐销售活动相对应。与电子广告位关联的活动有三个条件，在图中使用一行表示。这些条件指定了目标客户概要文件、条件为真的情况，以及条件为真时所显示的产品推荐。当显示此页面时，可能会发生以下四件事情中的一件：

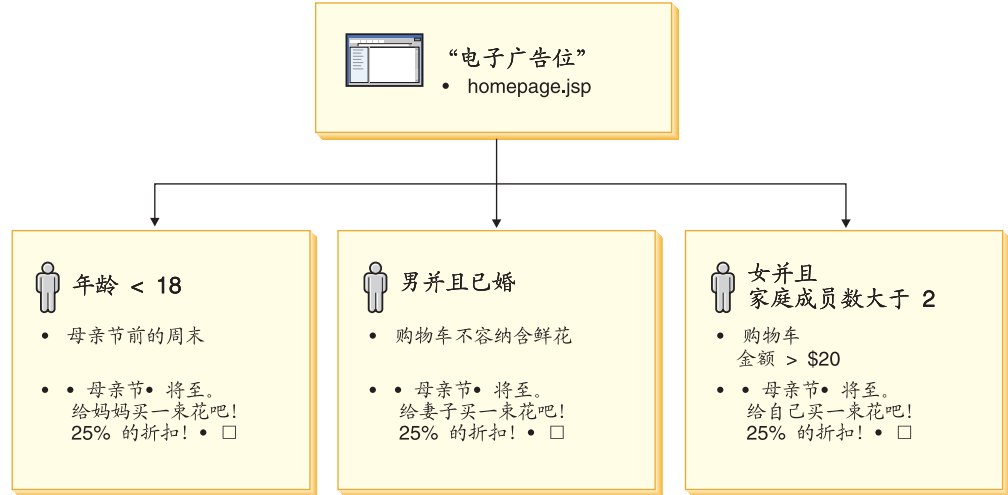
- 如果客户是单身女性，年收入超过五万元且购物车中有一本美食家烹调书，则推荐一瓶葡萄酒。
- 如果客户是男性、已婚且他的订购历史包含服装袋，则推荐一副太阳镜。
- 如果客户是十几岁的年轻人，且是学生，并且购物车当前价格超过二十元，则推荐一副滑板。
- 如果客户不符合这些概要文件的任何一个，或情况不符合特定的条件，则不显示推荐。

推广广告

对于您创建的每一竞销活动，如果活动为真，您必须定义一个条件。将每个条件与某个单个活动相关联。条件布置在其中显示特定活动内容的场景。要创建条件，应当回答问题；您的答案将定义条件。问题包括活动针对的人、考虑活动运行的时间（一周中的哪天）、应显示的内容及应针对的客户行为。对这些问题的回答定义了特定条件为真从而将显示个性化内容的情况。在不同的情况下，条件也提供了在同一场合显示多条消息的能力。

下图显示电子广告位、客户概要文件和推广广告活动之间的关系。想象一下网上商店有一个春季竞销和设计可提高母亲节意识的活动。

母亲节特价商品



电子广告位与“母亲节”推广广告活动相对应。与电子广告位关联的活动有三个条件，每一条件在图中都使用一行表示。每一行显示条件如何起作用来确定某一给定情况的动态内容。这些条件指定了目标客户概要文件、条件为真的情况，以及条件为真时所显示的目标广告副本。当显示此页面时，可能会发生以下四件事情中的一件：

- 如果客户不满十八岁，且当前日期是母亲节前夕的周末，则显示一则广告来提醒此客户为母亲购买鲜花。
- 如果客户是男性且已婚，并且他的购物车上没有鲜花，则显示一则广告来提醒此客户为妻子购买鲜花。
- 如果客户是女性，家庭成员有两个人以上，且购物车上的当前价格超过二十元，则显示一则广告来提醒此客户为自己购买鲜花。
- 如果客户不符合这些概要文件的任何一个，或情况不符合特定的条件，则不显示广告。

竞销管理

“竞销”笔记本可以使市场竞销的创建和维护更加简单易行。这些在线竞销组织市场营销技术，包含推荐销售和推广广告。竞销代表大型的市场营销努力，通常与机会或目的（例如“回到学校”竞销或“圣诞”竞销）关联。活动及其条件实现基于规则的处理，该处理在逐个客户的基础上生成个性化的内容。

竞销的内容显示在商店的 JSP 页面上。名为电子广告位的特殊数据 bean 中包含内容。应用程序开发者创建这些，且在页面设计期间将它们用作占位符。

使用“竞销”页面显示为当前商店定义的市场竞销。此列表包含了关于竞销名称和描述的信息。也可从此列表执行其它操作，包括创建新竞销、删除竞销和修改现有竞销。

促销

赠券促销

产品经理可以使用赠券促销刺激客户的购买欲望。赠券是赠券促销的实例。赠券可适用于特定产品（称为产品类型条件）、类别，或适用于整批购买产品（称为订单类型

条件)。例如，如果库存中有许多红色垒球帽，则可以在限定时间内对帽子提供七五折优惠。也可以对每个在您的商店中购买了 50 元产品的客户销售垒球帽时便宜 3 元。

赠券可由商店前台通过 Web 提供给客户，或通过电子邮件提供。不论赠券是如何获得的，它都可以在客户结帐时兑现。

赠券促销在以下业务模型中可用：消费者直销，B2B 直销和转销商主管商店。

电子赠券是与纸赠券等同的在线电子赠券。它是网上商店对客户提供的电子方式。电子赠券对一份订单中的某些或所有商品为客户提供折扣。电子赠券可以是受制于某些条件的，例如每份订单只能使用一个赠券。

赠券类型

- 产品价格按百分比或按一定金额折扣
- 特定类别的产品价格按百分比或一定金额折扣
- 订单总额按百分比或一定金额折扣

赠券标准

- 销售时兑换了赠券的产品或类别数量
- 兑换了赠券的产品或类别生成的收入
- 兑换了赠券的订单生成的收入

电子赠券有三个组件：

赠券促销

产品经理运行的促销。促销为客户提供赠券。

赠券 纸赠券的电子版本。赠券是赠券促销的实例，它可以在系统内唯一标识。

赠券电子钱包

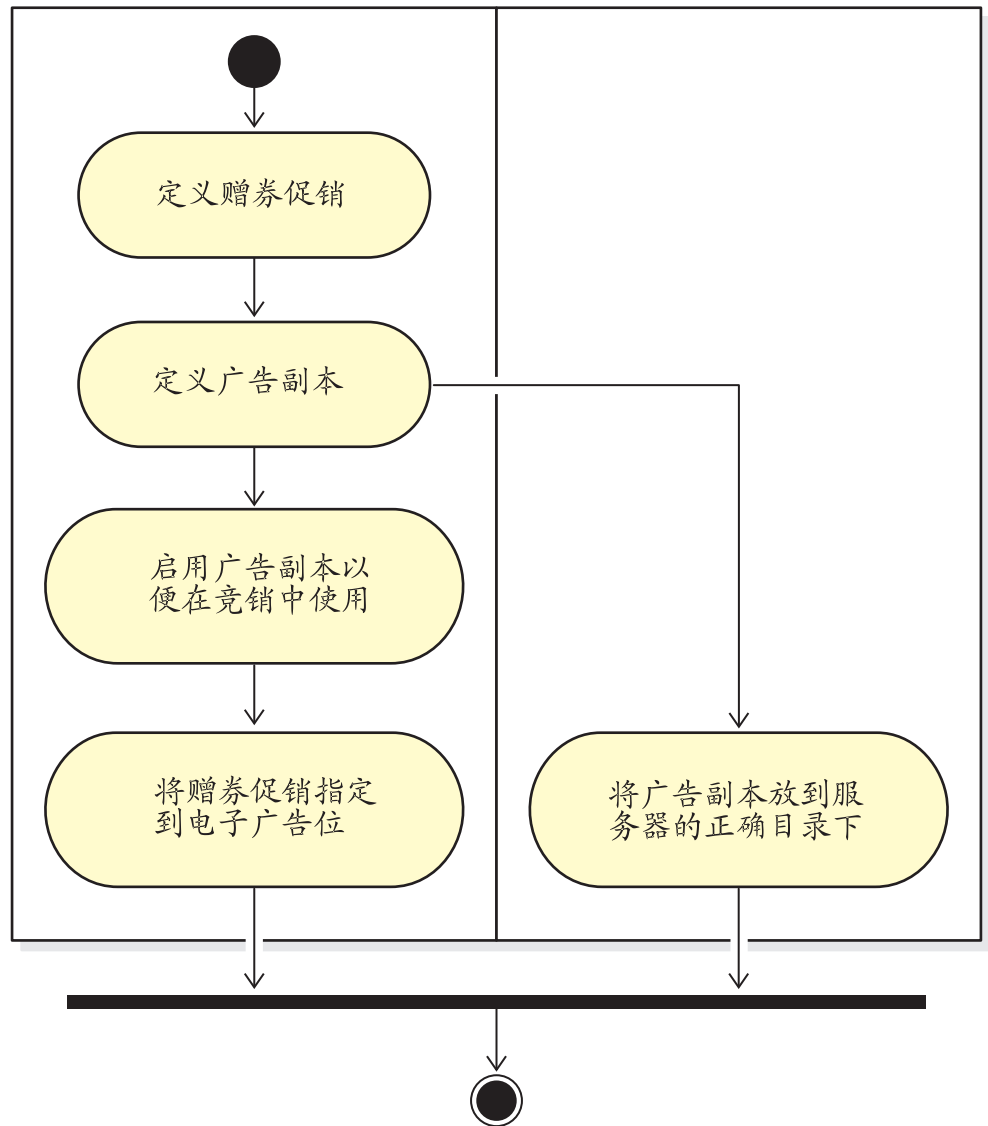
注册客户或临时客户电子赠券的集合。

设置赠券促销

以下示例描述了设置赠券促销中涉及到的步骤。

市场部经理

站点管理员



定义赠券促销

1. 定义赠券促销的常规特征，例如名称、描述和货币类型。
2. 定义赠券促销的有效期。赠券促销可以定义开始和结束时间或一直有效。
3. 定义赠券数量。您可以定义有限或无限数量的赠券。
4. 定义客户如何才能有资格接收赠券：

产品类型

客户必须购买特定产品或库存标识。

类别类型

客户必须满足最低或最高购买金额。

最低金额限定

享受赠券兑现所需的本类最低购买金额。

最高金额限定

(可选) 享受赠券兑现所需的本类最高购买金额。

订单类型

客户必须满足最低或最高订单金额。

最低金额限定

享受赠券兑现所需的最低购买金额。

最高金额限定

(可选) 享受赠券兑现所需的最高购买金额。

5. 决定调价应当如何应用:

单位产品降价百分比

就每个选定产品提供的降价百分比。

单位产品降价固定金额

购买每个产品的折扣总额。

全部订单的降价百分比

对全部订单提供降价百分比。

全部订单降价固定金额

对全部订单提供降价固定金额。

定义广告副本

媒体设计人员将创建促销所需的任何全尺寸和略图的图像。这些人员还会写促销的文本描述。

6. 将所需的图形或 Flash 文件复制到 WebSphere Commerce Server 机器的适当目录中。
站点管理员可以是唯一能访问此目录的人。
7. 使用广告副本功能, 使电子赠券中使用的文本和图形可用于竞销活动, 并设置电子赠券促销的操作 URL。在第 82 页的部分中描述了“使用广告副本笔记本”。
8. 将赠券促销指定和调度到电子广告位。

客户如何使用电子赠券促销

要使用电子赠券, 客户需执行以下操作:

1. 注册客户或临时客户单击标题广告, 以接受所提供的电子赠券促销。
WebSphere Commerce 创建了赠券的实例, 并将它添加到客户赠券电子钱包中。
2. 客户单击电子赠券链接。
将显示所有有效电子赠券。
3. 客户对照当前购物车的内容作检查以获取所适用的电子赠券。客户购买适用的产品并应用适当的电子赠券。
折扣显示在“订单结帐”页面上。

分步过程

可进行的操作		请参阅主题...
产品经理	使用 WebSphere 贸易加速器来创建和删除赠券促销。	WebSphere Commerce 联机帮助中的赠券促销。
客户服务代表	在处理客户订单时使用 WebSphere 贸易加速器来兑换赠券	WebSphere Commerce 联机帮助中的更改订单总价格。

可进行的操作		请参阅主题...
应用程序开发者	理解赠券数据模型	WebSphere Commerce Studio 联机帮助中的电子赠券数据模型。
	查看赠券是如何在样本商店中实施的。	《WebSphere Commerce 样本商店指南》中的创建并使用赠券。

第 15 章 销售策略

本章描述 WebSphere Commerce 的销售策略功能。销售策略构造使商家能更好地向他们的客户推销产品和类别。

WebSphere Commerce 中有两种销售策略可使用。

- 销售策略关联
- 购物隐喻

销售策略关联

销售策略关联建议将不同产品目录条目合并起来，以用于促销。这些关联模拟了商品间的关系。作为增加商店销售的产品推荐战略，销售策略关联定义了选定的产品目录条目间的关系。除了诸如交叉销售、优选销售和推荐辅助销售之类的促销关联外，关键字也重点强调了销售策略关系的额外语义信息，例如需要、临时、无和并存。

销售策略关联由源产品目录条目和目标产品目录条目组成。源产品目录条目是销售策略关联的起点：选择定义为源的产品目录条目时，您将能查看定义的关系。目标产品目录条目是位于销售策略关联终点的促销产品目录条目。

销售策略关联显示在电子广告位中。

您可以创建下列销售策略关联的其中一类：

交叉销售

基于选定的产品目录条目推荐另一个产品目录条目。例如，商家可以在客户购买数码相机时推荐高分辨率彩色打印机，或在客户购买闪光灯时推荐某类电池。

优选销售

基于选定的产品目录条目推荐更好的产品目录条目。例如，商家可以在客户选择低端电视机时推荐质量较高的型号。

辅助销售

推荐辅助产品以补充选定的产品目录条目。例如，商家可以在客户选择视频游戏系统时推荐附加的游戏控制器。

候选销售

为视为功能对等的两种产品间的关系（即金霸王 -> 劲量电池）。

取代销售

一种产品与其要取代的一种现有产品之间的关系。新引进的产品将取代停止供应的产品。（即松下 DVD A100 被 A101 取代）。

如有必要，应用程序开发者可以为其它相关类型（例如劣选销售）定制销售策略关联。

分步过程

可进行的操作		请参阅主题...
应用程序开发者	修改商店页面以显示销售策略关联。	WebSphere Commerce Studio 联机帮助中的把电子广告位 <i>bean</i> 添加至 <i>JSP</i> 文件。
	理解销售策略关联实现。	WebSphere Commerce Studio 联机帮助中的销售策略关联数据模型。
卖方、买方、类别经理或产品经理	查找、创建、更改或删除销售策略关联。	WebSphere Commerce 联机帮助中的销售策略关联。
转销商	创建或更改转销商销售策略关联	<ul style="list-style-type: none">• 创建转销商销售策略关联• 更改转销商销售策略关联 在 WebSphere Commerce 联机帮助中

产品顾问

产品顾问 是一个用于创建交互式在线产品目录的工具，它向客户提供了查找他们想要的东西的不同方法，称作购物隐喻。对产品目录了解很少的客户可以使用“引导销售”隐喻，通过一系列问题和回答来指导他们找到相应的产品。而那些对产品类别了解颇多的顾客则可以使用“产品探测”隐喻来从列表中选择所需的产品功能。一旦通过上述任一方法缩减了选择面，客户就可以使用“产品比较”隐喻来并排比较相似的产品。“产品顾问”检查每个客户的权利，并且只显示有权查看的搜索结果。

产品顾问提供了两种搜索方法供使用。

独立搜索空间

向数据库添加附加表以便对现有产品数据重新格式化，从而可启用集中于个别类别的最优化的参数搜索。类别和属性信息是独立于数据库表的。

基本搜索空间

搜索在实例配置时创建的 WebSphere Commerce 数据库。

两种搜索空间都需要一些植入数据库中的 产品顾问 表的附加属性元数据。使用 WebSphere 贸易加速器或使用调度程序命令来创建搜索空间。产品顾问 包含了调度程序命令以帮助自动化创建任何一个搜索空间的过程。必须创建一个 XML 文件用作调度程序命令的输入，以满足您的需要。

客户通过使用购物隐喻与产品目录交互。有三种购物隐喻，每种隐喻都以独特的方式显示产品目录数据：

产品比较

产品比较隐喻并排显示相关产品，以便客户能够识别出它们之间的相似处和差异。可以直接启动产品比较隐喻，也可以从产品探测或销售辅助隐喻启动。客户可以使用产品比较隐喻比较选定的产品。

产品探测

产品探测隐喻是供熟悉给定产品类别的特征的客户使用的。客户选择希望的特征值，之后这些值将启动对产品数据的参数搜索。产品探测隐喻可用于显示与选定的参数值匹配的适当产品的结果列表。

销售辅助

销售辅助隐喻供不太肯定从何开始的客户使用。它为这些客户显示一系列多选题，其中每个答案都将确定下一个问题。您可对给定问题创建任意多的答案。对于每个答案，都可以创建一个后继的问题。

随着客户不断回答问题，每个答案所提供的信息就逐渐收集起来。这样便确定了符合答案的越来越精确的产品列表。客户可以随时选择查看此列表，也可以继续回答问题。缺省情况下，对最后一个可用的问题的答案将链接到先前定义的产品比较隐喻。当客户回答完最后一个问题时，就会自动显示匹配产品的列表。您可以将缺省值重设为指向不同的隐喻或不同的 URL。

隐喻可以使用 WebSphere 贸易加速器中的工具或通过从 管理控制台 运行已调度命令来创建。如果使用已调度命令来创建隐喻，则必须创建将用作对已调度命令的输入的 XML 文件。

确定产品目录数据是否适合产品顾问

为帮助您确定产品目录是否适合与产品顾问一起使用，请考虑以下方面：

特征

应确保产品目录中有许多产品特征。根据产品的特征值，隐喻从产品的列表中增加或删除产品。为使一件产品区别于其它产品，它必须有足够的特征。

试想一个销售计算机而且已为计算机定义了多个特征的商店。这些用户定义的特征的示例包括：CD-ROM 驱动器、硬盘驱动器、内存、操作系统和处理器。以这些特征为基础，隐喻缩小了客户适用产品的选择范围。例如，客户可能声明他们只对最小内存容量为 256 MB 的计算机感兴趣。为使隐喻可利用此信息，为该特性定义一个特征（在此情况下为内存）。换句话说，在创建购物隐喻前需要了解和定义这些特征，通过这些特征客户可区分产品之间的差别。

产品目录层次结构

产品目录层次结构应将具有相同特征的产品分组到一个类别中。

产品属性

产品顾问使用 WebSphere Commerce 数据库表中定义的属性作为特征。对产品顾问需要的每个特征使用一个属性。确保对一个类别中的所有产品（或商品）使用相同的属性。

销售辅助隐喻的问答流设计

您需要在此隐喻中集中销售人员的知识。在设计此信息时，一定要请适当的销售和产品专家输入数据。

分步过程

可进行的操作		请参阅主题...
应用程序开发者	理解 产品顾问 实现。	<ul style="list-style-type: none">• 产品顾问• 产品顾问数据模型• 样本 JSP 文件 在 WebSphere Commerce Studio 联机帮助中。
卖方、买方、类别经理或产品经理	在商店中使用购物隐喻	<ul style="list-style-type: none">• 产品顾问• 创建“产品比较”隐喻• 创建“产品探测”隐喻• 为类别创建“引导销售”• 为产品顾问创建搜索空间 在 WebSphere Commerce 联机帮助中。

第 16 章 拍卖

拍卖是一种日益受欢迎的在线交易销售模型。拍卖为产品和服务的销售提供了一种谈判和动态建立价格和其它条款的方法。WebSphere Commerce 提供了帮助您为站点创建和管理拍卖的工具。而拍卖组件为将小规模到中等规模拍卖实现作为电子交易解决方案的一部分提供了理想的环境。

WebSphere Commerce 拍卖的创建和管理非常简单。产品经理可使用系统提供的拍卖样式或创建定制拍卖样式。拍卖样式包含输入字段的预定义值，它们缩短了创建拍卖所需的时间。

WebSphere Commerce 拍卖非常安全。在包含多家商店的购物中心，一家商店的商家或管理员无法设置或修改另一家商店的拍卖。已授权用户可以查看拍卖投标。缺省情况下，指定为卖方或产品经理角色的用户可以查看拍卖投标。只有登录到站点的注册用户可以提交投标。系统会加密所有敏感的信息。

您可以使用多属性搜索功能搜索特定的拍卖。可以按拍卖标识符、类型或产品搜索拍卖。也可以搜索拍卖样式和投标控制规则。

客户服务代表使用论坛查看和响应来自客户的关于某个拍卖的消息。使用这些论坛为客户提供关于拍卖中产品、拍卖规则或将来进行的拍卖的额外信息。

拍卖在以下商业模型中可用：消费者直销、商家直销和商家非直销转销商市场、商家非直销转销商主管商店、商家非直销供应商主管商店。

供拍卖参与方使用的功能

在以下列表中描述了拍卖参与方可执行的操作。

拍卖规则

有一系列的规则控制每个拍卖。投标者在参与拍卖之前必须复查并了解这些规则。拍卖规则指定了以下信息：

- 拍卖类型、产品名称和数量。
- 拍卖的保留价格（如果存在）。
- 保证金金额。拒绝接受拍卖商品的中标者将丧失这笔保证金金额。客户提交投标时，数据库将记录保证金金额；但是 WebSphere Commerce Payments 并不处理保证金。如果您希望处理保证金，必须写代码来实现保证金的处理。
- 拍卖开始日期和时间。
- 控制拍卖结束的条件，例如调度的结束日期和时间。
- 描述最低投标价、数量和投标增量的拍卖投标规则。投标规则适用于公开叫卖和封闭投标式拍卖。
- 拍卖的价格机制。

当拍卖中有多个产品时，拍卖可以有多个中标者。中标可能有不同的价格。当拍卖中有多个商品，或拍卖数量与最低投标数量不同时，价格机制就会起到作用。

WebSphere Commerce 拍卖支持两种价格机制。

分别对待

拍卖中标者支付他们投标金额的精确价格。

同等对待

拍卖中标者支付具有最低中标价的中标者所支付的价格。

公开叫卖式拍卖或封闭投标式拍卖必须使用分别对待或同等对待定价方式中的一种。

- 关于拍卖的附加注释。请将您的注释包含在规则页面上的简短或详细描述字段中。投标者将收到您添加的信息。

如果拍卖期间拍卖规则有所更改，投标者在提交或更新投标前必须重新阅读拍卖规则。在规则更改前提交的投标不受影响，仍然可以中标。

自动投标代理

参与方可通过设置自动投标代理而在公开叫卖式拍卖中自动提交投标，其中自动投标代理中指定了最高投标价和其它信息。

个人拍卖库

个人拍卖库显示客户感兴趣的拍卖。他们可以从个人拍卖库中添加或删除拍卖。个人拍卖库中包括客户以显式方式添加到库中的拍卖，以便可以监视或参与拍卖。如果客户为拍卖提交了投标，则该拍卖便添加到库中。

拍卖通知消息

参与方可以接收通知他们类似于拍卖中标这样的事件的消息。如果客户在指定时间内没有阅读此消息，则他们将自动接收到一封包含相同文本的电子邮件消息。

论坛

客户可以通过论坛与商店进行关于拍卖的沟通。

拍卖类型

WebSphere Commerce 提供了三种拍卖类型：

公开叫卖

公开叫卖式拍卖遵照公众会议模型；即每个人都可以看见所有投标。公开叫卖式拍卖通常包含一段短暂的响应时间，即最终投标提交到管理员结束拍卖之间的时间。当多个潜在的买方同时参与拍卖时，这种拍卖能够很好地发挥作用，且快速提交竞标会令人倍感舒适。必要时，管理员可以延长最终投标提交与拍卖结束之间的时间。这为客户留出了更多时间来做出响应和提交投标。

封闭投标

单回合封闭投标式拍卖使用秘密的投标过程。每个参与方都提交秘密的投标，只有他们自己和管理员知道。拍卖在投标提交截止日期结束。管理员确定拍卖的中标者和落标者。在投标者不可能立即准备好竞标时使用封闭投标式拍卖。封闭投标式拍卖具有以下特征：

- 投标者匿名投标
- 较长的提交截止日期，允许投标者收集信息、做出决定、准备和提交他们的投标

荷兰式

在荷兰式拍卖中，管理员宣布一个价格，并询问是否有参与方希望在该价格成交。而在公开叫卖式拍卖和封闭投标式拍卖中是参与方提交投标价格。拍卖以较高的投标价格开始，并随时间延长不断降低，直到有足够的投标者清空了库存。

在所有拍卖中，交互过程都是在您的商店与客户之间进行，而不是客户之间。

在传统的拍卖环境中，拍卖必须按顺序进行，而现在与之不同，几个 WebSphere Commerce 拍卖可以同时运行。

设置 WebSphere Commerce 拍卖

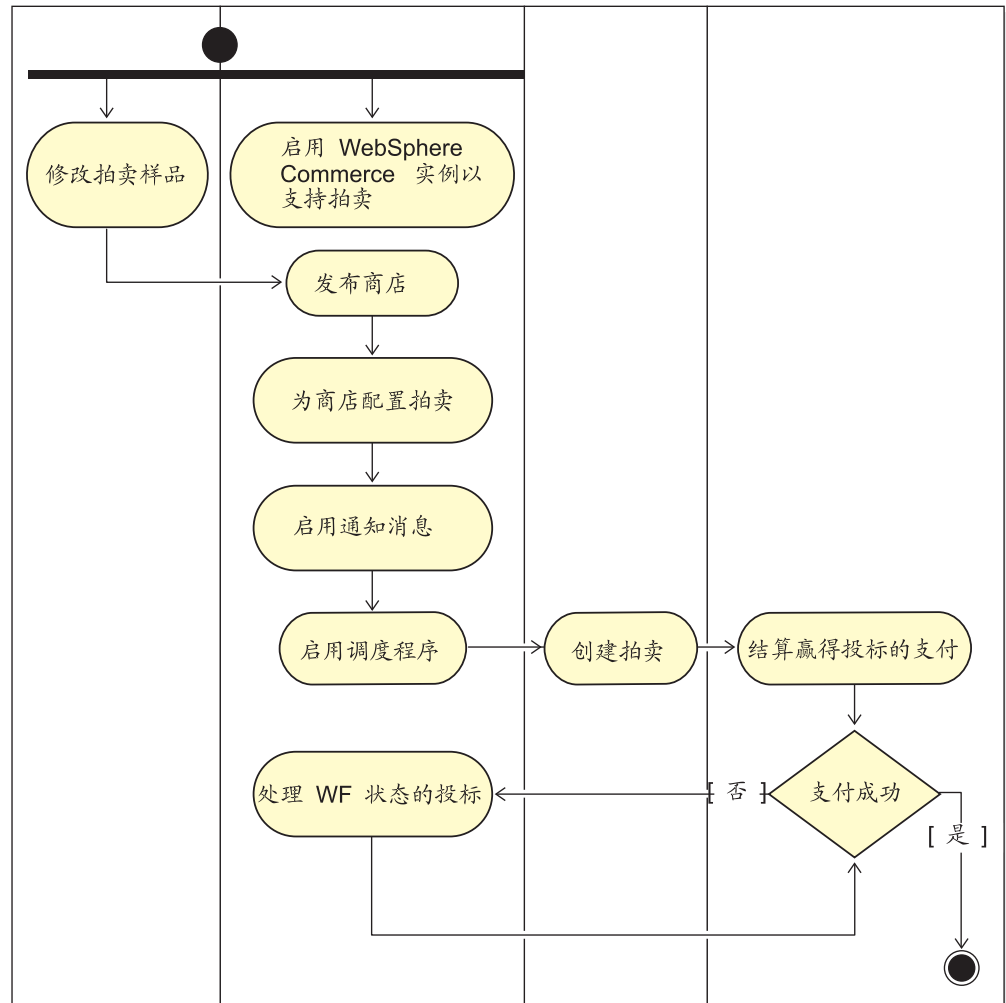
下图显示商店中参与实现并维持拍卖的人:

应用程序开发者

站点管理员

产品经理

客户服务代表



为商店管理拍卖

一旦创建了拍卖，您就可以查看、更改、撤销或结束它。您还可以查看提交的投标并为客户撤销正在进行的投标。拍卖管理还包括论坛功能。您可以回答客户的问题、张贴附加信息以及除去个别消息或整个讨论的线索。

指定为产品经理或买方（销售方）角色的用户可执行以下任务:

- 创建新的拍卖
- 更改现有的拍卖
- 查看拍卖的摘要
- 撤销拍卖
- 管理拍卖论坛
- 管理投标
- 结束投标

- 查找拍卖

为客户管理拍卖

通常，客户服务代表负责为客户管理拍卖。

CSR 可查看关于拍卖的详细信息，包括以下信息：

- 唯一标识拍卖的拍卖标识
- 拍卖类型：荷兰式、公开叫卖或封闭投标
- 唯一标识拍卖中产品的产品库存标识
- 拍卖状态
- 拍卖的产品数量

CSR 可以执行以下任务：

- 查找拍卖
- 查看拍卖
- 为客户撤销拍卖投标
- 为客户创建和管理论坛

分步过程

可进行的操作	请参阅主题…
应用程序开发者 修正拍卖样本页面	WebSphere Commerce 提供的样本商店提供样本拍卖页面。在 SAR 文件中查看每个模型，例如，BusinessIndirectReseller.sar 关于样本商店的信息，请参阅《WebSphere Commerce 样本商店指南》。
站点管理员 设置基础结构，这样站点可以使用拍卖	WebSphere Commerce 联机帮助 处理状态为 WF 的投标 启用拍卖通知消息传递 使用 WebSphere 贸易加速器配置商店流量
站点管理员 维护数据库	请参阅《IBM WebSphere Commerce 管理指南》中的数据库清理实用程序部分。
站点管理员 疑难解答	WebSphere Commerce 联机帮助 处理状态为 WF 的投标
产品经理，买方（销售方）	WebSphere Commerce 联机帮助 更改现有的拍卖 管理投标 撤销一参与方的投标 管理讨论 撤销拍卖 结束拍卖的投标
客户服务代表	WebSphere Commerce 联机帮助 管理讨论 撤销一参与方的投标

第 17 章 报表和商务智能

本章描述 WebSphere Commerce 的运营报表和商务智能功能。WebSphere Commerce 中有两种报表:

商务智能报表

WebSphere Commerce Analyzer (WebSphere Commerce 的可选组件) 提供了更强大的商务智能报表功能。

运营报表

提供库存、产品、退货、合同管理和产品顾问使用情况的报表。这些报表被称为运营报表。

分析和商务智能

WebSphere Commerce Analyzer 是用于分析电子交易结果的一套综合工具。尤其是, WebSphere Commerce Analyzer 数据集市包含从 WebSphere Commerce 运作数据中抽取的内容, 这带来了关于业务的广泛信息。使用用于分析的已交付报表, 商业用户可以对洞察趋势和客户特征, 做出更好的决定, 形成战略并了解如何改善他们的业务。

在 WebSphere Commerce 的前一发行版中, 分析性报告是使用 WebSphere Commerce Analyzer Entry Edition 来完成的。您需要更深入地洞察他们的数据, 更好地认识其趋势。由于数据挖掘和商业智能是 WebSphere Commerce 的必要组件, 因此前发行版的 WebSphere Commerce Analyzer 在公告版数据分析工具和报告技术方面都有了显著改善。增强的功能有:

- 数据集市安装在单独的服务器上, 在该服务器中您可以运行详细数据分析和报告, 而不会影响 WebSphere Commerce 操作系统的性能。数据集市是用预定义的可扩展报告表设计的, 可以提供历史数据供比较之用。
- 一套工具, 用于抽取、变换 WebSphere Commerce 操作数据库的数据并将其装入数据集市。这些抽取工具是预定义抽取所附带的, 它们可以方便地扩展为处理定制数据要求。
- 一套数据挖掘工具, 用于针对数据集市进行商务智能分析。数据挖掘技术提供了查找数据趋势和特征的能力, 而这些数据在其它情况下可能是不明显的, 这将产生具有很大商业价值的洞察力。
- 报告生成框架向用户提供了一系列内容广泛的分析性报表。在 16 个目录中的超过 250 个报表保证用户拥有他们感兴趣领域需要的数据。这一框架是由 WebSphere Commerce Analyzer 提供的, 因此公司可以通过更改现有报表或创建新报表来扩展由系统提交的报表。该报表框架取代前发行版中包含的 Brio Broadcast Server。如果需要更强健的报告生成能力, 报告生成集成工具箱将可用于几家商务报告生成供应商。
- 数据集中包含点击流分析, 使您能够在交易数据和点击流数据间进行详细分析。这使您可以更好地了解其功能和过程。
- 市场部经理可以使用先进的数据挖掘技术来标识数据趋势并标识符合这些趋势的客户概要文件。例如, 查找在上次促销中订购了多个商品且使用快速装运的客户。数据挖掘可以动态地查找满足您在模型中指定的特征的能力。已有 26 个预定义的模

型，而您也可以不限数地添加。客户概要文件可以驱动在 WebSphere 贸易加速器的促销或竞销功能中创建一系列用户，从而实现闭合循环分析。

闭合循环分析

闭合循环分析提供了快速的“操作分析”技术。闭合循环分析集成了高级数据挖掘分析结果，这样市场部经理就可以基于由通过 WebSphere Commerce Analyzer 的数据挖掘功能生成的段的概要文件来创建显式客户概要文件。

该闭合循环功能通过自动创建已显式作为目标的客户列表来消除 WebSphere Commerce Analyzer 和 WebSphereCommerce 间的手工步骤。更多精确的客户概要文件是通过使用由 WebSphere Commerce Analyzer（显式概要文件）生成的段（成员列表）来创建的。

WebSphere Commerce 运营报表

帐户管理报表

通过分析合同的性能和效率，销售经理可以优化和最大化合同值。要优化客户价值和最大化针对正确客户销售产品和服务的能力，需要更好地了解客户。揭示微妙的行为模式和重要的购买倾向以优化商业活动。通过作用于隐藏的倾向和信息关闭循环以提供真实结果。

销售经理可以快速地生成与特定帐户或合同相关的报表。客户代表可以生成与他们自己帐户和合同相关的报表。

按帐户的订单

复查订单的所选帐户余额。

按帐户限定的购买订单的限制

复查当前余额，以及选定帐户的购买订单限制。

按帐户列出退款

复查发送给选定帐户的退款。

临近失效日期的合同

复查选定帐户的临近失效的合同。

合同管理报表

销售经理可以快速地生成与特定帐户或合同相关的报表。客户代表可以生成与他们自己帐户和合同相关的报表。

按合同列出交易金额

此报表列出了与选定的合同关联的所有订单。

按合同列出退款

此报表列出了与选定的合同关联的所有退款。

预期库存管理

经由预期库存记录的库存接收

复查预期库存记录接收量。

开放的预期库存记录

复查预期接收量和未完成的预期库存记录。

库存报表

WebSphere 贸易加速器提供以下报表跟踪关于库存的问题。

按产品列出库存接收

此报表列出所有接收：通过预期库存记录接收的接收、特别接收和因产品处理而增添的接收。使用此报表复查库存接收。报表选项包含开始日期、结束日期、库存标识和供货中心。可以按库存标识或接收日期对报表排序。

库存调整

此报表按产品显示库存调整。报表选项包含开始日期、结束日期、库存标识、供货中心和调整原因。可以按调整日期或库存标识对报表排序。报表以产品、供货中心和调整日期分组。

库存状态

此报表显示当前库存分配和仓库中产品的接收状态。报表选项包括库存标识和供货中心。此报表可以根据库存标识排序。报表以供货中心和库存标识分组。

经由预期库存记录的库存接收

此报表显示预期库存记录接收。

装运异常

此报表显示哪些发货缺少载货信息。

延迟交货的产品

此报表按产品显示累积的延迟交货订单的信息。使用此报表复查当前库存分配和仓库中产品的接收状态。报告选项包括库存标识和供货中心。结果可以根据库存标识排序。报表以供货中心和库存标识分组。

订单摘要

此报表总结了用户定义的销售阶段商店接收的订单。

折扣 本报表显示有关与定义的折扣相关联的销售收入和销售目标的信息。

过期的延迟交货订单

此报表显示在已过期的延迟交货订单上有产品的订单。

开放的预期库存记录

此报表显示公开的预期库存记录。使用此报表复查预期接收和未完成的预期库存记录。

市场营销报表

在使用市场营销报表前，站点管理员必须启用市场营销事件监视器监视器。

竞销活动生成了关于使用它们的统计信息。这些统计信息可由卖方和市场部经理使用 WebSphere 贸易加速器查看。这些统计信息说明了实现活动处每个电子广告位的活动点击率。它们提供了对活动有效性的反馈，以及活动在所显示不同位置中的相对成功率。???

竞销活动统计信息

对每一竞销活动，存在下列信息：电子广告位、访问次数、点击数和点击率。

产品顾问统计信息

使用此列表查看所有产品顾问隐喻的站点范围的统计信息。包含以下信息的统计信息显示在一张表中：类别标识、类别名称、隐喻名称和计数。

产品比较统计信息

使用此列表查看所有产品比较隐喻的站点范围的统计信息。包含以下信息的统计信息显示在一张表中：类别、类别名称、标识查看（进行比较的产品总数）、点击（使用隐喻所导致的对特定产品后继点击的次数）。

产品探测统计信息

使用此列表查看所有产品探测隐喻的站点范围的统计信息。包含以下信息的统计信息显示在一张表中：类别标识、类别名称、特征名称和计数。

销售辅助统计信息

使用此列表查看所有销售辅助隐喻的站点范围的统计信息。包含以下信息的统计信息显示在一张表中：类别标识、类型、树标识、概念标识、父概念标识和概念名称。

产品管理报表

WebSphere 贸易加速器提供下列报表来管理产品。

未付清的退货

确定哪个退货库存尚未被接收。

延迟交货的产品

确定哪些产品，以及每一产品各有多少是延迟交货的。

按产品列出库存接收

复查库存接收。

库存状态

复查当前库存分配和仓库中产品的接收状态。

退货管理报表

部分接收的退货

此报表显示的退货中已从客户接收至少一个产品，并且至少有一个产品未从客户接收。

未处理的退货接收

此报表按产品显示退货，这些产品已接收但仍未处理。

未付清的退货

此报表显示退货已记录，但还未从客户处接收到任何退货产品。此报表不描写已记录的且已从客户接收到一些产品的退货；这些退货可以在“部分接收的退货”报表中找到。

装运异常

装运异常

确定哪些发货缺少载货信息。

第 18 章 管理业务关系

本章描述了在 WebSphere Commerce Business Edition 中管理商业帐户的过程。本章中的信息仅适用于使用“商家直销”销售模型的商店，例如从多乐五金商店样本商店中创建的商店。

商业帐户

商业帐户是管理商店与客户组织关系的起点。您可使用商业帐户来跟踪客户组织的合同和订单。您还可配置来自客户组织的买方如何在您的商店购物。

商业帐户记录关于客户组织的以下信息：

- 客户组织的名称和该组织内的联系人
- 指定给客户组织的商店中客户代表的部门和姓名
- 客户组织与商店构成的购买订单的有关信息
- 如何将发票交付给客户组织
- 商店发布的信用限额金额（如果客户组织具有信用限额）
- 任何关于商业帐户的一般注解

业务帐户由指定为销售经理角色的用户管理。

合同

合同使客户组织可以从商店或商店组在指定时间内以指定价格购买产品。合同可以通过以下两种方法创建：使用 WebSphere 贸易加速器，或通过创建 XML 文件并把它们导入以填充数据库。

客户权利

业务策略设置商店或商店组中所支持的惯例的作用域。客户权利允许您为不同的客户定制商店的行为。客户权利是指客户可在商店中执行的操作。您按各个方面对客户授权。这包括他们可购买的产品、产品价格和可接受的支付方式。客户权利是由买方和卖方之间的合同中所定义条款和条件指示的。

缺省合同

缺省的客户权利由商店的缺省合同定义。此缺省合同通常指定客户可以访问主产品目录并以基本价格购买商品。缺省合同还指定商店接受的支付方式以及发送订单所用的装运提供者。缺省合同适用于在商店中购物、且没有受到与该商店的任何其它合同授权的所有客户。如果允许客户购买合同中未涉及的产品，则缺省合同也适用于合同未涉及的产品。

在框外，将商店的缺省合同设置为指定以下客户权利：

- 客户可以购买商店产品目录中可提供的所有产品。
- 客户对产品支付基本价格。不应用任何加价或减价。
- 支付是在订单处理期间指定的。客户可以使用商店接受的任何支付方式。

- 客户可以选择商店支持的任何装运提供者来运送订单。
- 订单的送货地址是客户在订单处理期间指定的。
- 装运费用由卖方根据订单划款计算。
- 不对退货进行收费。
- 对于在 30 天退回的产品，退款总会得到核准。
- 以原来的支付方式支付买方退货的退款。

如果不希望对特定的顾客组织使用缺省合同；可以为该组织创建合同。

为客户创建组织、帐户和合同

本节描述将附加的组织、帐户、顾客和合同添加到多乐五金商店商店的七个步骤。合同是通过使用 WebSphere 贸易加速器创建的。

步骤 1. 站点管理员创建代表买方组织的组织。

步骤 2. 站点管理员为买方组织创建具有买方角色的用户。

步骤 3. 销售经理为买方组织创建帐户。

步骤 4. 客户代表创建合同。

- a. 定义合同名称和描述。

您也可以选择提供合同的开始日期和结束日期。如果不提供合同的开始和结束日期，则合同将开始于当前日期并将在一年后失效。也可指定合同不具有失效日期。

- b. 定义此合同适用的客户（买方组织）。

“可用的客户”列表显示该帐户的买方组织以及该组织内的所有组织单位

- c. 定义定价和定价约束

使用“定价”页面定义合同下哪些产品可提供，以及客户需要为这些产品支付何种价格。您可以使用以下方法的任何组合为合同中的产品定价：百分比定价、固定定价以及选择约束。

- **百分比定价**

- 对整个主产品目录应用调价

对整个产品目录定义百分比调价。产品目录内的每样东西将接受调价。商店产品目录中的所有产品都可以销售，且根据商店主产品目录中定义的基本价格以某个百分比调价（加价或减价）。

- 对以下合同优化类别应用调价

商店产品目录中的所有产品都可用于销售，其中选定的子类别以某个百分比调价。该百分比调价（加价或减价）应用于商店主产品目录中定义的基本价格。

- 对以下类别和产品应用调价

商店产品目录中的所有产品都可以销售，其中选定的子类别或产品以某个百分比调价。该百分比调价（加价或减价）应用于商店主产品目录中定义的基本价格。

要在合同中包含或排除子类别，请使用“合同选择约束”页面。

- **固定定价**

固定定价指定定制一系列待售产品及其价格以供合同中的销售。商店产品目录中的任何产品都可以添加到固定价格列表中。注意价格列表是每份合同都唯一的。您不能跨越合同重新使用价格列表。

- **合同产品选择约束**

如果合同指定了百分比定价，但是整个商店主产品目录不应提供给销售，请使用选择约束。您可在合同下排除或包含待售的类别和商品。

在此合同中排除以下类别和商品的销售

指定在此合同中要从主产品目录排除的产品目录子类别和商品。

在此合同中包含以下类别和商品的销售

指定在此合同中要从主产品目录包含的产品目录子类别和商品。

- d. **定义装运条款和条件。**

装运条款和条件指定订单的装运方式、送货地点和装运费用支付人。

提供者 选择定义如何装运在合同下创建的订单。如果没有选择提供者，则订单可以用商店中可用的任何方式装运。可用装运提供者列表显示了为商店定义的所有装运提供者。

收费类型

选择以定义是由装运递送者还是由商店来收取装运费用。

地址 选择指定将合同下创建的订单送货到何处。您可以通过它限制订单可以送货的位置。如果未指定送货地址，则每次在合同下创建订单时都必须指定送货地址。可用送货地址列表显示了为帐户提供的送货地址。

- e. **选择支付方式。**

指定合同下的订单将接受的支付方式。如果合同中未指定支付方式条款，则合同下的订单将接受以商店所接受的所有方式进行的支付。例如，合同可指定脱机卡支付方式。如果帐户具有信用限额，则可以指定此合同可在信用限额下进行支付。

- f. **定义如何处理退货。**

策略 选择退货如何核准以及客户必须为退货支付哪些费用。

退款 选择客户在接收合同下的退款时可以选择的支付方式。如果未指定，则客户可以从商店中可用的所有支付方式中选择。

- g. **定义订单核准金额。**

选中“需要核准”复选框以指定订单是否必须由客户组织核准。如果需要订单核准，您可以指定最小的订单核准金额。这样将允许价值在该货币价值之下的订单不需经过客户组织的核准便可实现。

- h. **指定附件。**

附件是指附加在合同中的任何信息。例如，附件可以是 PDF 格式的标准条款和条件文档，客户组织可以将其附加在所有合同中。输入完整的 URL 以获取附件，例如 <http://www.ibm.com/attachments/terms.pdf>。“合同摘要”页面列出了所有合同附件。

- i. **添加注解。**

注解可以是关于合同的任何注释。合同注解显示在“合同摘要”页面上。

j. 保存合同。

新创建的合同显示在“合同”页面上。合同处于草稿状态。在商店中能够使用合同前，它必须经过核准和部署。

步骤 5. 提交合同进行核准

已提交的合同是完成的草稿合同，且已经提交核准。在可以提交合同前，必须定义至少一个定价条款、一个装运费用类型和一个客户。销售经理或客户代表决定草稿合同何时准备提交以供核准。如果已经设置了核准，则指定的合同核准员必须复查合同。如果未设置核准，则合同将转入活动状态。

步骤 6. 核准合同

如果指定的合同核准员决定合同已完成且可以接受，则可以将合同转入已核准状态。WebSphere Commerce 将自动尝试部署已核准的合同。

具有适当访问权限的核准员和管理员可以核准或拒绝合同。通常由销售经理核准合同。用于核准或拒绝合同的过程与 WebSphere Commerce 中用于所有核准的过程相同。

步骤 7. 部署合同

已成功部署的合同是活动的合同。买方组织的注册用户现在可以按照合同中指示的条款在商店中进行购物和购买。

确定如何创建合同

多数商店都将使用 WebSphere 贸易加速器创建和管理合同。然而，某些条款和条件不能通过使用 WebSphere 贸易加速器来指定。如果需要这些条款，必须通过使用 XML 文件来创建合同。

无法使用 WebSphere 贸易加速器定义的条款和条件

购买金额权利

此条款对一份合同下的所有订单的组合金额进行限制。合同下所有订单的金额必须小于或等于指定金额。如果下订单时超出此限制，则订单处理将会失败。

购买金额义务

此条款指定在部署合同后指定的时间内，根据合同必须下的所有订单的最小价值。如果合同中所下的订单累计金额在指定时间内低于指定金额，则商店可以取消合同。

供货中心

此条款允许您指定合同中所下订单必须从其得到实现的供货中心。

发票格式

指定要通过电子邮件发送给客户组织的发票版面设置。

分步过程

可进行的操作		请参阅主题…
销售经理	设立并管理商业帐户。	WebSphere Commerce 联机帮助中管理一个商业帐户：概述 (Business Edition)。
客户代表	处理合同	WebSphere Commerce 联机帮助中的使用 WebSphere 贸易加速器 (Business Edition) 创建新合同。

第 19 章 报价请求 (RFQ)

报价请求 (RFQ) 是 WebSphere Commerce 中可用的贸易机制之一。买方可以通过浏览产品目录或使用需求列表来把产品添加至 RFQ。买方可以在一个 RFQ 中包含任意多的产品, 并为每个产品定义唯一规格。他们也可以为交易指定条款和条件。卖方可以查看和响应处于活动状态时的 RFQ。买方也可以更改或取消 RFQ。

当卖方响应 RFQ 时, 他们可以选择响应每件产品和每个产品规格。卖方也可修改或取消响应。卖方也可以替代响应中的产品。

卖方可以评估处于“已结束”状态时的 RFQ 响应, 以选择一个或多个中标者。买方接受 RFQ 响应时, 卖方得到通知, RFQ 交易通过以下两种过程之一完成:

- 买方下的订单中已经包含 RFQ 信息。
- 创建已经包含 RFQ 信息的合同。
- RFQ 可以转至下一轮

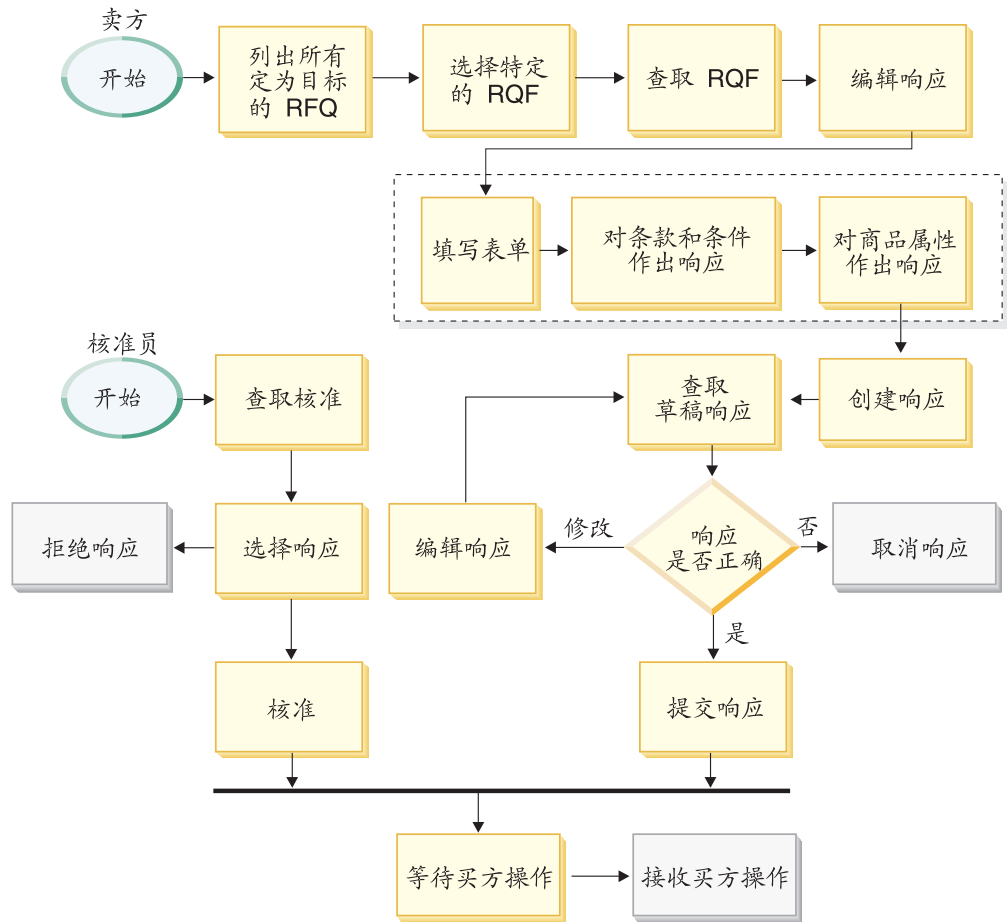
RFQ 记录在 RFQ 请求列表中保存预先确定的一段时间, 以便可以复制重复使用的 RFQ。响应也保留相同的一段时间, 以便使卖方对来自相同买方的类似请求的响应更加简化。

如果卖方希望在将响应传送给买方之前复查响应, 可以对 RFQ 响应过程启用核准流程。

RFQ 在商家直销和供应商主管商店模型中可用。

RFQ 过程

以下图表从卖方角度显示了 WebSphere Commerce 中的 RFQ 过程。



在以上描述的过程中有几个阶段有“状态”与之关联。“状态”表示在生命周期特定时间中的响应过程的状态。状态帮助用户保持跟踪某个特定的业务过程，并向 WebSphere Commerce 提供可用来管理系统内所有业务过程的基准。

只有当销售组织的核准已启用时，核准员才在此过程中起作用。如果组织管理员在成员注册过程中已启用了核准，那么提交的响应首先由核准员复查。如果核准的话它会被传送到买方。

卖方可以在 RFQ 响应页面的“状态”列查看 RFQ 响应的状态。

分步过程

可进行的操作		请参阅主题…
应用程序开发者	理解 RFQ 实现	<ul style="list-style-type: none"> • 报价请求 (RFQ) • 贸易子系统命令 • 报价请求 (RFQ) 数据模型 在 WebSphere Commerce Studio 联机帮助中。
	在商店中启用 RFQ	请参阅《WebSphere Commerce 样本商店指南》中有关“多乐五金”商店一节。
销售经理	在个性化属性字典中添加、更改或删除属性	WebSphere Commerce 联机帮助中的个性化属性
	创建 RFQ 响应	WebSphere Commerce 联机帮助中的 <i>创建 RFQ 响应: 概述</i> 。
站点管理员	在商店中建立并维护 RFQ	<ul style="list-style-type: none"> • 启用和禁用 RFQ 贸易机制 • 如果想启用核准, 请选择组织的核准类型 • 确定是否启用 RFQ 响应核准 • 启用 RFQ 通知消息 WebSphere Commerce 联机帮助

第 20 章 协作

在 WebSphere Commerce Business Edition 中可使用协作工作空间功能。Lotus QuickPlace 是用于团队协作的自助型 Web 工具。QuickPlace 支持在 Web 上即时创建安全而集中的工作空间。在为即时参与而进行结构化之后，团队使用 QuickPlace 可实现以下操作：

- 协调人员、任务、计划和资源。
- 协作共享意见，并讨论、解决问题、合著文档、交换文件、管理审核评鉴报告。
- 交流措施与决策、主要心得与教训，将所得知识发布给更广泛的读者群。

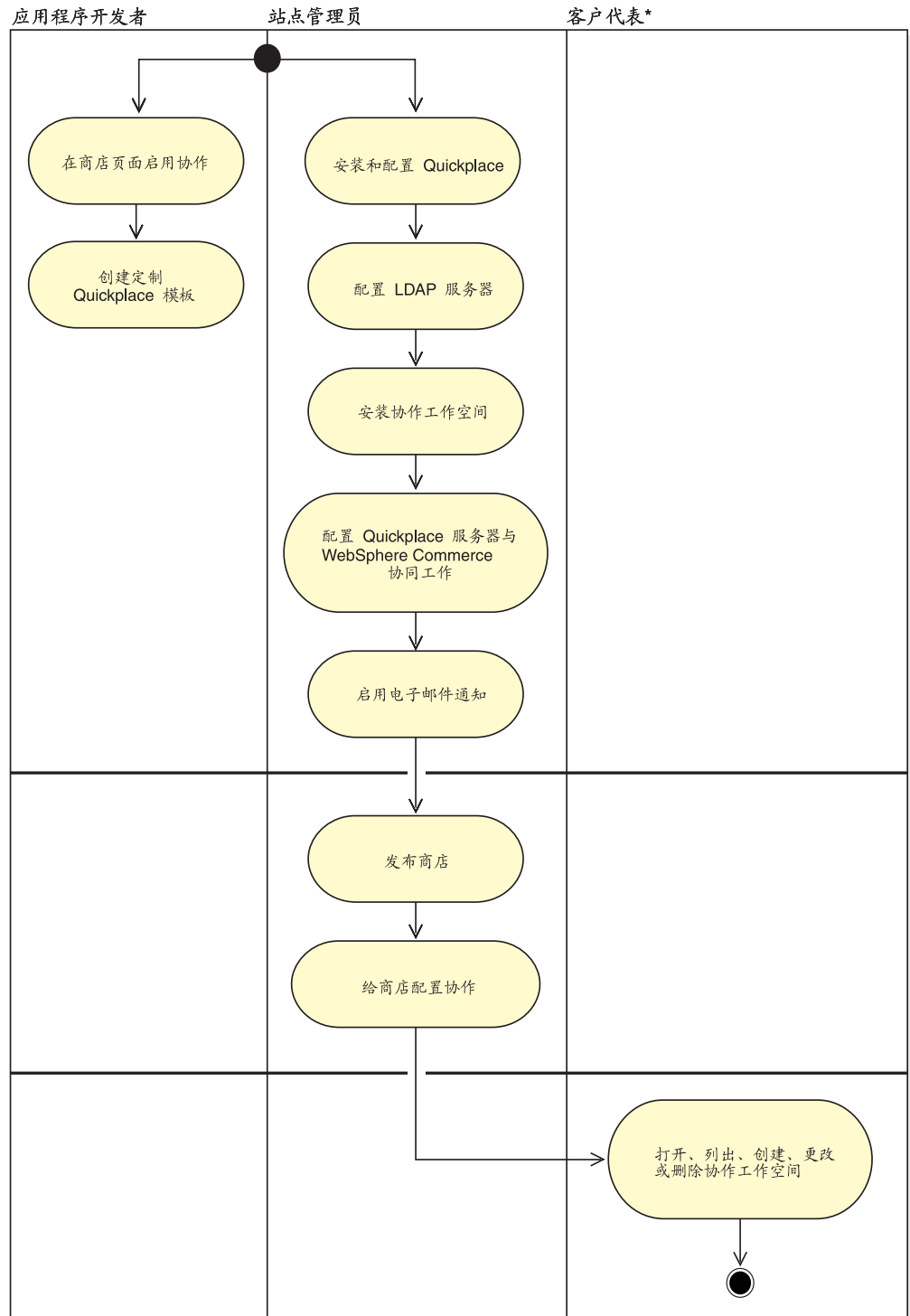
团队使用 QuickPlace 进行项目管理、快速响应特别发起的活动、建立团队 Web 站点，并方便跨扩展企业和价值链执行离散型业务流程。

在 WebSphere Commerce 本发行版中，对协作工作空间特征做了以下改进：

- 支持 QuickPlace 3.0。
- 非成员数据元素从 LDAP 移入了数据库。这将保持 LDAP 目录结构清晰并供成员类型数据专用。
- 支持更多 LDAP 目录。

设置和使用协作工作空间

下图显示了用 WebSphere Commerce 安装或使用协作工作空间所需要的进程。要查看解释如何执行在图中显示的每个任务的资源列表，请参阅『第 115 页的『分步过程』』一节。



分步过程

可进行的操作		请参阅主题…
应用程序开发者	在商店页面上实现协作	在各种业务模型中可用的协作特征在《 <i>WebSphere Commerce 样本商店指南</i> 》中描述。
	创建定制 Quickplace 模板	请参阅 <i>Customizing QuickPlace Redbook</i> 。
站点管理员	安装和配置 Quickplace	《 <i>WebSphere Commerce 附加软件指南</i> 》
	配置 LDAP 服务器	《 <i>WebSphere Commerce 附加软件指南</i> 》
	安装和配置协作工作空间	《 <i>WebSphere Commerce 附加软件指南</i> 》中的安装协作工作空间。
	发布商店	在 WebSphere Commerce 联机帮助中的在 <i>WebSphere Commerce</i> 中发布商店归档文件。
	启用电子邮件通知	WebSphere Commerce 联机帮助中的启用协作工作空间电子邮件。
	配置协作商店流	在 WebSphere Commerce 联机帮助中的使用 <i>WebSphere 贸易加速器</i> 更改商店流。
客户代表	处理协作工作空间	<ul style="list-style-type: none"> • 协作 • 创建协作工作空间 WebSphere Commerce 联机帮助。

附录. 何处可找到信息

WebSphere Commerce 提供描述完整电子交易解决方案的联机信息及硬拷贝信息。WebSphere Commerce Studio 信息作为 WebSphere Commerce 的一部分包括在其中。此外, 与 WebSphere Commerce 或 WebSphere Commerce Studio 捆绑在一起的软件产品, 可提供描述软件特定特征和功能的进一步信息。本节提供了可在何处找到各类信息的简要概述。

WebSphere Commerce 联机帮助

WebSphere Commerce 联机帮助由可用 Web 浏览器查看的联机信息组成。

可以从运行在 Internet Explorer V5.5 或更高版本的 Web 浏览器, 使用以下地址来访问联机帮助:

https://host_name:8000/wchelp/, 其中 *host_name* 是 WebSphere Commerce 机器的名字。

WebSphere Commerce Studio 联机帮助

适用于开发者的联机帮助(如 API 和命令参考信息)已完全与 WebSphere Commerce Studio 集成在一起。包含在 WebSphere Commerce Studio 中的联机帮助系统包含几个增强功能, 包括标记主题的能力和高级搜索功能。您可以选择该联机帮助作为信息中心运行, 也就是说您可以不运行 WebSphere Commerce Studio 的情况下使用 WebSphere Commerce Studio 帮助。

WebSphere Commerce 帮助系统可以专为站点管理员和商业用户而定制。API 和命令参考信息已经移到了随 WebSphere Commerce Studio 一起提供的联机帮助中。

Web 上的进一步信息

可以如以下部分所述, 在 Web 上找到有用信息的其它来源。

支持

要查找包括新闻组、FAQ、技术注释、疑难解答信息和下载在内的支持信息, 请参阅以下 Web 地址: ibm.com/software/webservers/commerce/support.html。

软件伙伴

有众多软件伙伴可提供产品和服务来增强 WebSphere Commerce 的功能。关于这些伙伴的信息, 请访问 www.ibm.com/software/webservers/commerce/community, 并单击 **Software Developers** 链接。

红皮书

要查找更多高级技术信息, 请访问位于 www.ibm.com/redbooks 的红皮书 Web 站点, 并搜索 WebSphere Commerce。

WebSphere Commerce 产品文档

可以从 WebSphere Commerce Web 站点的 Technical Library 页面中下载更新的出版物和联机帮助:

<http://www.ibm.com/software/commerce/library/>

安装和配置信息

WebSphere Commerce 包含《安装指南》。此书描述了如何安装和配置 WebSphere Commerce。

Commerce Studio 也包含《安装指南》。此书描述了如何安装和配置 Commerce Studio。

编程信息

《*WebSphere Commerce 编程指南与教程*》可以从 WebSphere Commerce 站点上的 WebSphere Commerce Technical Library 页面中获得。此书讲述了概念和体系结构、提供了一种程序员模型、解释了开发周期，并提供了如何定制电子交易环境的示例。

词汇表

[A]

安全超文本传输协议 (Secure Hypertext Transfer Protocol, S-HTTP): 一种增强了安全性的 HTTP 变体。S-HTTP 允许服务器和客户机进行彼此认证并定义传输中所用的安全性类别。S-HTTP 是另一种广为人知的安全性协议, 安全套接字层 (Secure Sockets Layer, SSL) 的备用协议。另见**安全服务器 (secure server)**。

安全服务器 (secure server): 一种服务器, 它将要发送的文件加密并将收到的文件解密, 以便于与客户机进行安全通信。

安全套接字层 (Secure Sockets Layer, SSL): 一种安全性协议, 它允许客户机对服务器以及要加密的所有数据和请求进行验证。由 SSL 保护的安全服务器的 URL 以 HTTPS (而不是 HTTP) 开头。另见**安全服务器 (secure server)**。

安全性 (security): 计算机系统使用的解决方案, 用于确保内部资源免受无意的或故意的恶意读取、修改或删除。

[B]

包装程序 (wrapper): 设置登台的程序或脚本, 使得运行另一更重要的程序成为可能。

保留库存 (reserved inventory): 已指定为特定目的而不可用于分配给订单的库存。

报表上下文 (report context): 显示报表的基础。上下文会依照您在 WebSphere 贸易加速器中使用的功能而更改。可用的报表上下文包括竞销、活动和组合上下文。

B2B 报价请求 (request for quote, RFQ): 当买方恳请一组特定的商品或服务的报价时使用的贸易机制。如果买方在产品目录中没有找到特定的商品、找到的商品没有价格或想建立以固定价格长期供应商品的协议, 则可以使用此贸易机制。

报价 (offer): 用一种或多种货币表示的产品的价格, 与其相伴的还有一系列条件, 例如有效时间范围或可接受数量范围, 要使用价格, 这些条件都必须满足。又称为**贸易状态**。另见**贸易状态容器 (trading position container)**。

编辑服务: WebSphere Commerce 消息传递系统的组件, 为使用 JSP 模板的消息提供格式化的输出。

标价 (list price): 作为产品目录条目的一部分的价格。由于生产商可能产生产品目录 (生产商将作为每一条目的描述的一部分提供标价), 所以标价不一定是在销售某一条目时的价格。商品销售的价格由商店确定, 称为**卖价**。所以, 一般情况下, 显示标价不会总是合适的。如果商店创建它自己的产品目录条目, 则它在产品目录中可能显示标价或卖价。

标识解析 (ID resolution): 在将 XML 元素装入到数据库之前引用号的生成。标识解析用于在数据库系统中唯一标识数据。

不动态成套商品 (static kit): 请参阅**打包销售商品 (package)**。

部署描述符 (deployment descriptor): 一个序列化的对象, 包含企业 bean 的运行时设置, 并将关于如何管理和控制企业 bean 的信息传递到 EJB 容器。

部署 (deployment): (1) 将企业 bean 封装到 JAR 文件以分发到企业 bean 服务器上的容器的操作。(2) 使 WebSphere Commerce 应用程序代码可以使用的过程。此过程包括将定制的命令、数据 bean 和企业 bean 封装到 JAR 文件。然后必须在容器内安装和配置 JAR 文件。

[C]

参考商店 (reference store): 包含某个网上商店的选定功能 (例如拍卖) 的完全可运作代码的网上商店。参考商店设计为由应用程序开发者用作重点强调功能的代码样本。

引用完整性 (referential integrity): (1) 数据库中所有外键的所有值都是有效的数据库状态。(2) 当从表中某列的数据到相同或不同表的另一列的数据的所有有意引用都是有效时存在的状态。维护引用完整性需要 DB2 UDB for z/OS 在所有 LOAD、RECOVER、INSERT、UPDATE 和 DELETE 操作中强制引用约束。

参数搜索 (parametric search): 在线产品目录的搜索, 在此搜索中, 搜索者指定参数或值为条件。

B2B 操作组 (action group): 一组显式定义的操作, 这些操作与作用于资源的 Java 命令相对应。

产品经理 (Product Manager): 在 WebSphere Commerce 中定义的一种角色, 负责确定在网上商店中显示、定价和销售产品的最佳方式。产品经理对客户购买进

行跟踪并提出折扣建议。产品经理也确定推荐销售技巧，同时还创建和管理拍卖和投标控制。

产品目录条目 (catalog entry)： 在线产品目录中的对象。条目具有名称、描述、标价及其它详细信息。条目可以像库存标识一样简单；也可以是可自动分解成组件商品的产品（如捆绑销售商品或打包销售商品）。

产品目录组 (catalog group)： 一个或多个产品目录条目或为在线产品目录创建浏览层次结构的产品目录组的集合。

产品目录 (catalog)： 请参阅**在线产品目录 (online catalog)**。

产品推荐 (product recommendation)： 一种销售与市场营销方法，它基于客户概要文件或独立条件向客户建议产品目录库存。请参阅**交叉销售 (cross-sell)** 和**优选销售 (up-sell)**。

产品页面 (product page)： 显示有关网上商店中产品的详细信息的 Web 页面。

产品 (product)： (1) 可作为有共同属性的一组库存标识商品来查看的实体。于特定产品相关的所有库存标识商品都显示同一组属性，可由它们的属性值区分。(2) 对于 WebSphere 贸易加速器用户，可订购的商品称为**产品**。尽管产品和库存标识商品因较低级别的原因而不同（例如在 WebSphere Commerce 数据库模式中），但 WebSphere 贸易加速器不作此区分。

超文本标记语言 (Hypertext Markup Language, HTML)： 一种符合 SGML 标准的标记语言，主要设计为支持包含超文本链接的文本和图形信息的联机显示。HTML 用来创建 Web 上的电子商店页面。

超文本传输协议 (Hypertext Transfer Protocol, HTTP)： 在因特网系列协议中，用于在 Web 上传输和显示超文本文档的协议。

成员组 (member group)： 成员组在 WebSphere Commerce 中实现基于角色的控制。成员组的类型指示其意在的用途。客户组是用于一般用途，而访问组是用于访问控制目的。

成员 (member)： 系统知道的个人、组或组织。成员可以是用户、组织、组织单位或成员组。成员可以作为客户或管理员，或可以拥有实体。

B2B 成员在成为用户之前必须首先成为市场的成员。

持久性 (persistence)： 跨会话边界维护的、通常在非易失性存储器（如数据库系统或目录）中的数据特征。

bean 通过将其属性、字段和状态信息保存到存储器或从存储器恢复实现持久，而不是在创建 bean 的应用程序不运行时即停止存在。

重定向 URL (redirection URL)： 在 URL 命令中使用的 URL，用于指示在命令完成时应当发送给客户的页面。

出站消息 (outbound message)： WebSphere Commerce 生成的消息，此消息发送到后端系统。WebSphere Commerce 传送适配器支持一个称为“订单创建”的出站消息。此消息包含从 Websphere Commerce Server 复制到后端系统的订单信息，进一步的订单供货过程在后端系统发生。出站消息用于将 WebSphere Commerce 与其它系统集成。

处理 (disposition)： 处理或传送由客户退回到卖方供货中心的库存。

触发器 (trigger)： 触发器是对表运行 UPDATE、DELETE 或 INSERT 操作时启动动作的对象。该动作称为触发动作，该操作称为触发器事件。触发的动作可以执行如下任务：

- 使其它表与触发器事件所作更改同步
- 验证输入数据
- 为新插入的行生成值

传输控制协议 / 因特网协议 (Transmission Control Protocol/Internet Protocol, TCP/IP)： 一组通信协议，既支持局域网、也支持广域网的对等连通性功能。

传送 (transport)： 从 WebSphere Commerce 发送出站消息的方法。

[D]

打包销售商品项 (package item)： 作为打包销售商品中的一部分来销售的项。

打包销售商品 (package)： (1) 产品目录条目的集合，它拥有库存标识，可以作为一件单一商品进行订购。另见**捆绑销售商品 (bundle)**。(2) 装运递送者可跟踪的一个装运单位。

登台服务器 (staging server)： Websphere Commerce Server 的实例，用于在将新功能或数据部署到生产服务器 (production server) 之前的测试目的。

等值价格 (counter value)： 从购物货币转换到不同货币的显示的货币金额。

地理代码 (geo-code)： 在 WebSphere Commerce 中，表示地理区域的特定于应用程序的代码。

地区 (jurisdiction)：为税款或装运目的而划定的地理区域，代表国家或地区、省 / 直辖市、邮政编码范围或特定于应用程序的地理代码 (geo-code)。

点击流引擎 (Clickstream Engine)：LikeMinds Personalization Server 组件，用以访问交易信息和基于用户浏览 Web 站点时的购物行为来生成推荐。WebSphere Commerce 基于购物行为生成事件，包括查看产品详细信息页面以及将商品添加到购物车或希望列表中。这些事件转发到点击流引擎。

点击流 (clickstream)：在 Web 广告中，指访问者浏览 Web 站点时的点击序列或所请求页面的序列。

点击率 (clickthrough rate)：在 Web 广告中，HTML 页面上一个广告的单击次数占该广告随页面下载的次数的百分比。请对照**形象 (impression)**。

电子广告位 (e-Marketing Spot)：在 WebSphere Commerce 中，指通常由市场营销活动 (如竞销) 引起的 Web 页面的数据。

电子数据交换 (electronic data interchange, EDI)：依据预定义的消息传递标准在计算机系统之间进行的结构化的电子数据的交换。

调度程序 (scheduler)：一种多线程、多进程的后台处理服务器，它设计为基于简单时序方案来处理作业调度和启动。

400 调用命令标识 (calling command ID)：调用 API 函数的命令的数字标识。

顶级类别 (top category)：在线产品目录中没有父级的商品类别。

订单 (order)：(1) 选择的要购买的一件或多件商品或打包销售商品，也可以是二者的组合。订单中包含数量、价格、装运信息以及税款和装运费用，这些信息在客户启动订购过程后得到编译并向客户显示。在 WebSphere Commerce 中，订单可以处于下列订单状态之一：新建、未决、已发货、已完成或已取消。(2) 客户已选择购买或已经购买的一种或多种产品、产品价格与指定数量。客户服务代表也可代表客户下订单。除产品外，客户订单还包括开票地址；送货地址 (不适用于可下载购买物，如软件)；装运方式、递送者和服务；支付信息；税款和装运费用以及下订单者规定的任何注释或调价。**B2C** 业务经理负责确保已对订单正确供货、收到付款并装运订单。**B2B** 销售经理负责确保已对订单正确供货、收到付款并装运订单。

动态成套商品 (dynamic kit)：作为一个单元订购的一组产品。关于动态成套商品中包含的产品的信息受外部配置

器控制，并在输入订单时提供。动态成套商品中单独的组件不能在订单中修改，但它们可以用配置器重新配置。整个配置必须同时实现。另见**捆绑销售商品 (bundle)**和**合成产品目录条目 (composite catalog entry)**。

动态 (dynamic)：它与需要时才发生的操作相关，而与预先确定或固定的时间发生的操作无关。请对照**静态 (static)**。

独立搜索空间 (separate search space)：产品顾问的实现。对于此样式的实现，您必须创建包含元数据的附加数据库表，以帮助搜索特定的产品类别。另见**基本搜索空间 (base search space)**。

对象 (object)：(1) 用户可将其作为单一单元操纵来执行任务的项。对象可显示为文本和 / 或图标。(2) 在面向对象的设计或编程中，对象组成多个类，这些类共享公共数据定义和成员函数。类中的每个对象称为此类的一个实例。

对照预期库存分配库存 (inventory allocation against expected inventory)：对照预期在供货中心中接收到的库存为订单指定库存。此信息通常可以在预期库存记录 (expected inventory record) 中找到。请对照**库存分配 (inventory allocation)**。

[F]

发布 (publish)：向 Websphere Commerce Server 上的某个位置传送文件的行为。有三种上下文。(1) 使用“商店服务”时，可以向 Websphere Commerce Server 发布商店归档文件，这样就创建了一个可操作的商店。必须在向 Websphere Commerce Server 发布商店归档文件后才可以查看可操作的商店。(2) 使用 WebSphere Studio 时，可以向商店归档文件或可操作的商店 (驻留在工作站本地、共享文件系统中，或驻留在通过 FTP 访问的远程系统上) 发布 Web 有用资源。

发货批次 (release)：具有给定顺序的一组产品，它们具有相同的送货地址、供货中心和装运递送者。发货批次中的产品可以以多个打包销售商品装运。例如，发货批次可以包含四个计算机监视器。将它们以一个大箱子一起装运是不实际的，但它们仍视为一个单一发货批次。而如果卖方策略指定，则属于单一发货批次一部分的产品可以分别发货。

B2B 访问控制策略 (access control policy)：一组约束和条件，由站点管理员设立，限制用户只能访问那些执行与指定角色有关的职责所需的资源。

访问组 (access group)：用于定义访问控制的一类成员组。命令和视图与一个或多个访问组相关联，这样就使得指定为该角色的成员对那些视图和命令有访问权。

WebSphere Commerce 预定义了一组访问组。站点管理员使用 WebSphere Commerce 管理控制台为这些组指定访问并在必要时添加新组。

访问 bean (access bean)：企业 bean 的包装程序，通常由客户机程序使用。访问 bean 隐藏了与主接口和远程接口相关联的复杂性。这些 bean 在 VisualAge(R) for Java(TM) 中通过工具生成。WebSphere(R) Commerce 命令使用访问 bean 使数据库操作更容易。

非限制区域 (demilitarized zone, DMZ)：在网络安全中，独立于可信网络（如私有内部网）和不可信网络（如因特网）、并作为它们之间的中立区的网络。通常有一个或多个安全网关控制来自可信网络或不可信网络的对 DMZ 的访问。

分类销售 (assortment)：一种特别的产品组合销售，产品之间没有任何具体联系。分类销售通常用于销售策略目的而将产品组合在一起。例如基于节日主题（如复活节或情人节）的产品组合。

服务器 (server)：（1）一种向网络中的一台或多台客户机提供共享服务的功能单元。（2）对来自客户机（client）的命令做出响应的计算机或程序。例如，文件服务器、打印服务器和邮件服务器。另见 **WebSphere Commerce Server** 和 **Web 服务器 (Web server)**。

父类别 (parent category)：在层次结构中包含其它类别的类别。另见子类别 (*child category*)。

负载均衡 (load balancing)：一种方法，将在一个计算机上做的工作量划分到两个或多个计算机上，以使所有的在线用户可更快得到服务。若一个服务器负载过重，请求就会被转发给另一个有更多容量的服务器。通常，负载均衡是将计算机服务器群集化的主要原因。由于负载均衡需要多个服务器，它通常要结合失败转移和备份服务。

[G]

高速缓存 (cache)：一种用于特殊目的的缓冲存储器，比主存储器更小更快，用来保存从主存储器获得的并且处理器随后很可能需要的指令和数据的副本。

B2B 个性化属性 (personalized attributes)：在 RFQ 贸易机制中，销售组织创建的属性列表，买方在将 RFQ 发送到此组织时必须使用此列表。除了卖方提供的预定义的属性，买方可以在指定的属性字段中指定唯一属性。

个性化引擎 (personalization engine)：LikeMinds Personalization Server 组件，标识用于生成客户推荐的算法。LikeMinds Personalization Server 支持五个不同的引擎：点击流、购买、商品近亲性、首选项和产品匹配。WebSphere Commerce 与点击流引擎互相作用。

个性化 (personalization)：（1）利用客户的知识，向他们展示定制的购物过程。（2）为给定用户创建一组相关联的信息，此信息可用于为此用户定制资源。

工厂 (factory)：动态创建 bean 实例的 bean。命令工厂（用于创建命令对象）是 WebSphere Commerce 中的工厂设计模式的用途示例。

供货中心 (fulfillment center)：用作装运产品给客户的存储仓库。供货中心、商店和装运递送者视为独立的实体。

购物车 (shopping cart)：未决订单。另见**兴趣商品 (interest item)**。

购物货币 (shopping currency)：商店在与特定客户进行交易中所使用的货币。另见**首选货币 (preferred currency)** 和**支持的货币 (supported currency)**。

购物语言 (shopping language)：向特定客户显示页面时使用的语言。如果商店或站点支持客户的首选语言，则将首选语言作为购物语言。否则，购物语言将是商店或站点的缺省语言。另见**首选语言 (preferred language)**。

购物者 (shopper)：请参阅**客户 (customer)**。

广播作业 (broadcast job)：同时运行在所有克隆上的作业。与其它所有作业一样，它也由调度程序处理。

广告副本 (ad copy)：用来支持市场营销活动的信息、图像及其它媒体。也称为**销售素材**。

规则服务 (rule service)：与 Blaze Advisor Rule Server 交互所用的接口。规则服务定义了输入与输出方法，以便于两个应用程序间的通信。

规则项目 (rule project)：包含站点与 Blaze Advisor Rule Server 交互所需的信息。

规则 (rule)：将一组操作与一组测试条件相关联的语句。规则的基本格式是：如果条件成立，则执行操作 (if condition, then action)。规则广泛地用于实现个性化。

[H]

合成产品目录条目 (composite catalog entry)：产品目录条目的集合，在订购时分解为其独立的组件。通常称为**捆绑销售商品**。

合同 (contract)：在 WebSphere Commerce 中，它代表适用于某一交易的条款和条件的协议，即商店中可用的贸易状态容器的逻辑组合。例如，订购商品的折扣和装运费用可能会根据相关的合同进行不同的计算。

▶ **B2B** **核准后 (post-approve)**：在可核准操作被核准时核准后命令的执行（如有）。例如，核准后命令可能传输特定的通知过程。另见**核准前 (pre-approve)**和**拒绝后 (post-reject)**。

▶ **B2B** **核准流程 (approval flow)**：当用户试图执行某个涉及可核准操作的任务时初始化的一系列步骤。此过程首先验证用户是否被授权调用此命令。如果用户已被授权，则将执行命令的请求发送到适当的核准员以确定接受还是拒绝。有可能进行多级别核准。

▶ **B2B** **核准前 (pre-approve)**：在对启动核准请求的可核准操作作核准之前，命令的执行。例如，在核准订单之前，执行检查库存的命令以确保有现存的产品。另见**核准后 (post-approve)**和**拒绝后 (post-reject)**。

▶ **B2B** **核准员组 (approver group)**：特定组织内的一些指定用户，当调用可核准操作时，核准请求被定向到这些用户。请求是定向到整个单位，而非单一的个人。

▶ **B2B** **核准员 (approver)**：被授权核准或拒绝可核准操作的个人。

横向可伸缩性 (horizontal scalability)：在多个物理机器上分配 Java 虚拟机进程的能力。

▶ **B2B** **后勤部经理 (Logistics Manager)**：在 WebSphere Commerce 中定义的角色，用来管理供货。后勤部经理具有对所有操作任务的访问权，包括提货装货员、收货员和退货管理员的职责。

划款 (capture)：您的收款方通过此过程接收来自客户金融机构的支付，并将此支付汇款给您。“划款”保证资金是可用的并且将进行转账。

缓冲区 (buffer)：存储器的一部分，用于临时保留文本、标记和其它对象。

回滚 (roll back)：除去自从上一提交边界在提交控制下对数据库文件所作的更改。返回到先前稳定的状态。

会话标识 (session ID)：客户访问 WebSphere Commerce 时指定的唯一标识。对于未注册客户，会话标识是由系统指定的。对于注册客户来说，会话标识即登录用户标识。

会话 bean (session bean)：一种存留期限相对较短的企业 bean (enterprise bean)。有两种类型的会话 bean：**有状态的会话 bean**和**无状态的会话 bean**。请对照**实体 bean (entity bean)**。

[J]

基本搜索空间 (base search space)：产品顾问的实现。此类实现使用 WebSphere Commerce 基本数据库表帮助搜索特定的产品类别。另见**独立搜索空间 (separate search space)**。

激活 (activate)：(1) 启动一个销售策略程序，如折扣报价。(2) 将企业 bean 从辅助存储器传送到内存。

集成开发环境 (Integrated Development Environment, IDE)：一组用于开发软件的集成的工具。在 VisualAge for Java 中，它是向用户提供到开发工具的访问的一组窗口。主窗口是工作台、日志、控制台、调试器和资源库管理器。

极佳隐私 (Pretty Good Privacy, PGP)：允许使用公用密钥加密的文件或邮件的私人交换的电子传送协议。

计算标度 (calculation scale)：计算规则可使用的一组范围。例如，对于装运费用，您可以具有一组重量范围，每一范围都与特定的价格相对应。即，重量在 0 到 5 千克之间的产品的装运价格可为 ¥ 80，而重量在 5 到 10 千克之间的产品的装运价格可为 ¥ 120。

计算代码 (calculation code)：与订购商品、产品目录条目或产品目录组相关联，指定如何计算折扣、装运费、销售或使用税、装运税。

计算规则 (calculation rule)：定义如何完成计算。每一计算代码都包含一组计算规则。通常，对于特定的一组订购商品来说，只适用计算代码的计算规则的某一子集。例如，当装运到不同的区域时，适用不同的规则。

加密 (encryption)：数据转换成一种不易理解的形式，以防未经授权的访问（特别在数据传输期间）。

简单邮件传送协议 (Simple Mail Transfer Protocol, SMTP)：在因特网系列协议中，用于在因特网环境中的用户间传送邮件的应用程序协议。SMTP 指定邮件交换序列与消息格式。它假定传输控制协议 (TCP) 是它所基于的协议。

交叉销售 (cross-sell)：对与当前显示或选中的产品相关或对其起补充作用的产品推荐。另见**优选销售 (up-sell)**。

角色 (role)：定义给定用户所具有的访问级别以及他们在其级别可以修改的特定资源。如果用户没有合适的角色，则用户可能在可访问信息的方式上受到限制。允许多个角色。

节点 (node): 网络中的连接点; 对于数据传输来说, 可以是重新分发点, 也可以是端点。一般说来, 节点都有已编程或设计的功能, 用来识别、处理传输或将其转发到其它节点。

结构化查询语言 (Structured Query Language): 请参阅 **SQL**。

结构化查询语言 (Structured Query Language, SQL): 标准化的编程语言, 用于定义和操作关系数据库中的数据。

静态 (static): 用于描述在预定时间或固定时间发生的操作。请对照**动态 (dynamic)**。

竞销 (campaign): 一系列已计划的操作, 包括广告和推荐销售技术, 用以实现一组已定义的商务目标。在 WebSphere 贸易加速器中, 竞销用于协调和聚集竞销活动的组。

B2B **拒绝后 (post-reject)**: 在可核准操作被拒绝时拒绝后命令的执行 (如有)。例如, 拒绝后命令可能检查订单的大小并通知经理是否超出某一金额。另见**核准后 (post-approve)**和**核准前 (pre-approve)**。

[K]

AIX **Solaris** **开放式数据库连接驱动程序 (Open Database Connectivity (ODBC) driver)**: 支持 ODBC 的每一数据库具有其自己的 ODBC 驱动程序。驱动程序提供一组标准的应用程序编程接口, 以便执行不同的数据库功能, 例如连接到数据库、执行动态 SQL 功能和提交或回滚数据库事务。

AIX **Solaris** **开放式数据库连接 (Open Database Connectivity, ODBC)**: 标准的应用程序编程接口 (API), 用于访问关系和非关系数据库管理系统中的数据。使用此 API, 数据库应用程序可以访问存储在不同计算机上的数据库管理系统上的数据, 即使每一数据库管理系统使用不同的数据存储格式和编程接口。请对照**Java 数据库连通性 (Java Database Connectivity)**。

可承诺 (ATP) 库存 (available to promise (ATP) inventory): 现有库存减去分配给延期交货和保留库存的库存。

B2B **可核准操作 (approvable action)**: 用户调用的一个命令或一组命令, 未经组织中的核准员事先核准, 则不能执行这些命令。

可扩展标记语言 (Extensible Markup Language): 请参阅 **XML**。

可扩展标记语言 (Extensible Markup Language, XML): 用来定义派生的标记语言的一种标准元语言, 是 SGML 的子集。XML 省略了 SGML 的较复杂与较少使用的部分, 从而使得下列事项更为容易: 编写处理文档类型的应用程序、编写与管理结构化信息、跨各种计算系统传送和共享结构化信息。XML 是万维网联盟 (W3C) 定义的。

可命中目标的命令 (targetable command): 一种可在不同目标容器上执行的命令。调用可命中目标的命令会产生一些开销; 使任务命令变为不可命中目标的命令可以提高整个命令框架的性能。

可伸缩 (scalable): 指系统可根据使用密度、容量或需求的大小而随时调整的能力。例如, 可伸缩系统可有效地适应较大或较小的网络, 以执行复杂程度不同的各种任务。

B2B **客户代表 (Account Representative)**: 客户代表角色是负责创建帐户合同、更改帐户订单和监视帐户活动的主要角色。客户代表是销售组织的一部分, 同样有可能涉及目标促销的创建, 例如折扣和赠券。

客户服务代表 (Customer Service Representative, CSR): 在 WebSphere Commerce 中定义的角色, 用来管理客户查询。客户服务代表也处理客户注册、订单和退货。一些商家可能有客户服务主管, 客户服务主管有权完成客户服务代表不能访问的操作, 例如核准系统拒绝的退货记录。**Professional** 客户服务代表也处理拍卖, 例如, 撤销投标和管理论坛。

客户服务中心 (call center): 在 WebSphere Commerce 中, 被指定为客户服务代表访问组中的用户的一组人员, 在此期间, 他们可以代表客户调用某些功能。例如, 他们可以更新客户信息, 包括密码; 他们还可以更新订单或下新订单。forUser 参数用于启用客户服务中心。

客户服务主管 (Customer Service Supervisor): 在 WebSphere Commerce 中定义的角色, 具有对所有客户服务任务的访问权。客户服务主管管理客户请求 (例如客户注册、订单、退货和拍卖), 具有完成客户服务代表不能访问的任务的授权, 例如核准系统拒绝的退货记录以及联系有关支付异常 (例如信用卡授权失败) 的客户。

客户概要文件 (customer profile): 由卖方保存的关于客户的全部信息。它可包括基本情况调查、订购历史或操作数据 (如用户标识和送货地址)。客户概要文件是动态的; 市场部经理定义将客户包含在客户概要文件中的条件。客户概要文件可以是竞销的目标。

客户机 (client): 从服务器接收共享服务的功能单元。例如, 向 Web 服务器请求 HTML 文档的个人计算机就是此服务器的客户机。

客户组 (customer group)：一种类型的成员组，包括因为拥有相似的购物模式或特征而由站点管理员归为一组的客户的集合。通常，客户组是以客户在注册期间提供的信息为基础的。客户组可以有资格享受折扣或其它激励策略，或可以看到与其他客户不同的产品和类别页面。同一客户可属于一个商店中的一个或多个客户组。

客户 (customer)：网上商店的用户。

克隆 (clone)：对象的一个配置上完全相同的副本，如一个应用程序服务器。克隆可用于系统开销管理目的，如支持横向伸缩和纵向伸缩。

控制器命令 (controller command)：与 Web 控制器直接交互的命令。完成后，控制器命令返回要执行的视图任务的名称。Web 控制器确定视图命令的正确实现类然后调用它。

库存标识商品 (SKU item)：(1) 可购买的带有库存标识的对象。它可以由单件商品组成，也可以由一件产品、打包销售商品或捆绑销售商品组成。(2) 对于 WebSphere 贸易加速器用户，可订购的商品称为产品 (product)。尽管产品和库存标识商品因较低级别的原因而不同 (例如在 WebSphere Commerce 数据库模式中)，但 WebSphere 贸易加速器不作此区分。

库存标识 (stock keeping unit)：请参阅 **SKU**。

库存标识 (stock keeping unit, SKU)：每件商品或产品目录条目的字母数字标识。它是进行库存控制可用的最小单位。它可以包含部门、类、供应商、样式、颜色、大小和位置变量。

库存分配 (inventory allocation)：对照在供货中心中实际存在的库存为订单指定库存。分配与保留不一样，保留是更严格的策略，通常不适用于订单。请对照**对照预期库存分配库存 (inventory allocation against expected inventory)**。

库存共享协议 (inventory sharing arrangement)：一份协议，按照此协议某一商店使得其库存接收可用于另一商店以进行库存分配。

库存接收 (inventory receipt)：供货中心中产品的接收。产品可能已在预期库存记录中预期或记录，或者特别接收。特别库存接收 (Ad hoc inventory receipts) 不记录在预期库存记录中。

框架 (framework)：一组对象类，为用户或软件提供相关功能的集合。

捆绑销售商品 (bundle)：一种概念，即产品经理和市场部经理可提供只单击一下就能访问多种商品的功能。更正式地说，捆绑销售商品是至少由一个库存标识组成的合成产品目录条目。当捆绑销售商品加到订单中时，它被拆分

成可订购的商品并添加到订单中，同时价格也合计在一起。捆绑销售商品是不可直接购买的。另见**打包销售商品 (package)**。

[L]

类别表 (category table)：一个动态表，在一系列行和列中显示类别信息。

类别经理 (Category Manager)：WebSphere Commerce 中定义的角色，通过创建、修改和删除类别来管理类别层次结构。类别层次结构组织商店提供的产品或服务。类别经理还管理产品、预期库存记录、供应商信息、库存和退货原因。

类别页面 (category page)：在网上商店里显示产品类别的 Web 页面。类别页面将客户连接到子类别页面或属于选中类别的产品上。

类别 (category)：一组具有相似属性的对象。在 WebSphere Commerce 中，类别用于组织由商店提供的产品或服务。例如，服装商店可能包含以生活方式 (休闲、正式和户外运动)、性别 (男、女) 或年龄 (婴儿、儿童和成年人) 来组织的类别。类别通常以产品目录组的形式实现。另见子类别 (*child category*) 和父类别 (*parent category*)。

[M]

买方 (Buyer)：买方是供应商的主要联系人，买方处理协商和来自供应商的订购、跟踪库存、做出购买订单决策、跟踪预期库存记录和接收以及跟踪退货原因。

卖方 (Seller)：(1) WebSphere Commerce 中定义的一种角色，具有对所有 WebSphere 贸易加速器功能的访问权。(2) 除了跟踪商店销售外，还监控商店的总体目标和管理角色。卖方角色相当于**商家 (merchant)**。

卖价 (offer price)：商店提供商品的价格。卖价是在税款、折扣和装运费用之前的最终的支付价格。卖价会受订购的数量 (即，每一数量您都可以有一个不同的价格)、期限、成员组或合同限定。当商品实际放入兴趣商品列表或订单时，所显示的价格就是卖价。另见**标价 (list price)**。

贸易服务器 (commerce server)：请参阅 **WebSphere Commerce Server**。

B2B 贸易机制 (trading mechanism)：在 WebSphere Commerce 中，买方和卖方进行业务交易所使用的方法。根据 WebSphere Commerce 版本的不同，这些方法可能包括：固定价格、合同、RFQ 和拍卖。

贸易状态容器 (trading position container)：包括报价，也称为贸易状态。通过将贸易状态与一个或多个合同相关联，贸易状态容器中的贸易状态可由客户使用。贸易状态容器可以被限制。在商店购物中的客户不能使用被限制的贸易状态容器中的报价，除非此客户是一个或多个与此贸易状态容器相关联的客户组的成员。

贸易状态 (trading position)：请参阅**报价 (offer)**。

命令 bean (command bean)：一种包含用于处理特殊请求的编程逻辑的 Java bean。WebSphere Commerce 命令遵循 WebSphere 命令编程模型。有四种类型的命令：**控制器命令**、**任务命令**、**数据 bean 命令**和**视图命令**。

模板 (template)：在 WebSphere Commerce 中，模板是一种框架或模式，它定义如何在 Web 页面上显示 WebSphere Commerce 数据库中的信息。模板确定页面上的文本与图像的位置与类型，以及其它页面属性（如背景色）。模板是采用 JavaServerPages (JSP) 技术创建的，而该技术使用与 WebSphere Commerce 数据库链接的 HTML 标记或 bean。

模式 (schema)：一组以数据定义语言表述的语句，可完整描述数据库的结构。在关系数据库中，模式定义表、每一表的字段以及字段和表之间的关系。

[P]

拍卖 (auction)：一种涉及协商和动态确定商品和服务价格及销售的其它条款的销售方法，通常由最高投标者赢得拍卖。

配置器 (configurator)：一个软件，该软件提供基于可改装规则的成套商品（捆绑销售）功能，以便确定一组可能一起销售的商品。配置器也可以为配置提供价格。此分组是以预定义的规则以及用户与配置器的交互作用为基础的。

批量 (batch)：支付交易（例如划款、返款、划款撤销和返款撤销）的集合，以组的形式进行处理。批量是作为单一的单位提交到收款方的财务系统。关于批量处理使用的商务准则由信用获取机构制定。商家也建立与这些准则一致的策略。

[Q]

企业 bean (enterprise bean)：符合 Enterprise JavaBeans 体系结构的非可视对象。企业 bean 在 EJB 容器中部署，在 EJB 服务器上运行。有两种类型的企业 bean：会话 bean 和实体 bean。

弃置单元 (unit abandoned)：放入购物车但不在抽取数据时订购的可订购商品。

轻量级目录访问协议 (Lightweight Directory Access Protocol, LDAP)：一种开放协议，使用 TCP/IP 提供到信息目录的访问。

[R]

任务命令 (task command)：一种实现具体应用程序逻辑的命令。一般说来控制器命令与一组任务命令一起，可实现 URL 请求的应用程序逻辑。任务命令是不可命中的命令，即该命令总是与控制器命令在同一容器中执行。

认证中心 (certificate authority, CA)：发行证书的组织。CA 鉴别证书所有者的身份以及该所有者被授权使用的服务、发放新的证书、更新现有证书、撤销不再被授权使用的用户的证书。

容器管理的持久性 (container-managed persistence, CMP)：在 EJB Development Environment 中，由企业 bean 容器代管的持久性，与由 bean 自身管理的持久性相对。请对照 **bean 管理的持久性 (Bean-managed persistence, BMP)**。

入站消息 (inbound message)：WebSphere Commerce 从外部的或后端应用程序接收到的消息。传送适配器支持五个 XML 格式的入站消息：订单状态更新、产品库存更新、产品价格更新、客户更新和客户新建。入站消息用于将 WebSphere Commerce 与其它系统集成。

[S]

删除规则 (delete rule)：一个与引用约束相关联的规则，此规则或者限制父行的删除，或者指定此类删除对依赖行的影响。

商店归档文件 (store archive)：一种包含创建商店所需的所有有用资源（包括文件有用资源与数据库信息）的压缩文件。通过将商店归档文件发布到 Websphere Commerce Server 可以创建可操作的商店。请参阅 **SAR**。

商店后端业务逻辑 (back-office business logic)：使用命令和定制代码、允许客户在商店前台完成操作的业务逻辑的实现。例如，允许客户完成订单的业务逻辑的实现。请对照**商店前台有用资源 (store front assets)**。

商店前台有用资源 (store front assets)：客户在购物时可以看到在网上商店的一部分。商店前台有用资源包括 HTML 页面、JSP 文件、样式表、图像、图形和其它多媒体文件类型。请对照**商店后端业务逻辑 (back-office business logic)**。

商店实体 (store entity)：可以代表商店或商店组的一个抽象的超类。

商店所有者 (store owner)：在 WebSphere Commerce 中，此职位控制并拥有与网上商店相关的数据库和文件有用资源。商店所有者可以是一个组织。

商店 (store)：请参阅**网上商店 (online store)**。

商家发起的 SET (Merchant Initiated SET)：SET Secure Electronic Transaction(TM) 消息的 SET Secure Electronic Transaction LLC 扩展。商家发起的 SET 扩展允许商家用 SET(TM) 消息对持卡人用 SET 之外的付钱方法下的订单进行授权和划款。

商家 (merchant)：除了跟踪商店销售外，还监控商店的总体目标和管理。商家相当于**卖方**。

商品 (item)：具有部件号或库存标识的实体。与特定产品相关的所有商品都显示同一组属性，可由它们的属性值区分。商品不必与产品相关联。若商品没有特别属性，则它没有与之相关的产品。

商务智能 (business intelligence)：对从公司的日常运营中收集来的数据的合并和分析，是做出更好的商务决策和获得竞争优势的基础。

生产服务器 (production server)：用于商务的 Websphere Commerce Server。

失败转移 (failover)：在高有效性群集多机处理 (HACMP) 中，活动节点获取以前由另一个群集节点拥有的资源以维护那些资源的可用性。

实例 (instance)：请参阅**WebSphere Commerce 实例 (WebSphere Commerce instance)** 和**Web 服务器实例 (Web server instance)**。

实体 bean (entity bean)：包含持久数据并且可保存在各种持久数据存储中的企业 bean。每个实体 bean 带有它自己的身份。有两种类型的实体 bean：容器管理的持久性 (CMP) 实体 bean 和 bean 管理的持久性 (BMP) 实体 bean。请对照**会话 bean (session bean)**。

实体 (entity)：在面向对象设计中，可视为一个单元并且往往是特定类别或类型的成员的项。实体可以是具体事物或抽象概念。

使用案例 (use case)：在 WebSphere Commerce 中，使用案例显示了样本商店中每个用户的交互操作流程，并可作为创建您自己的商店的模板。

市场部经理 (Marketing Manager)：WebSphere Commerce 中定义的角色，此角色监视、分析并了解客户的行为。市场部经理还创建和修改客户概要文件以进行有目标的销售，并创建和管理竞销。

市场营销事件 (marketing event)：在 WebSphere Commerce 中，系统中任何被视为对市场营销目的有重大意

义的事件。大部分市场营销事件直接由客户行为驱动。例如产品目录浏览、导航和购物车活动。

B2B 市场 (marketplace)：商家到商家电子交易 Web 站点，在此站点中，将此站点上进行交易的产品和服务的统一视图呈现给那些被授权访问站点的组织。还向它们提供一系列贸易机制以帮助在它们之间进行贸易。

视图命令 (view command)：用于响应客户机请求形成视图的命令。

视图 (view)：一个或多个表中的数据的另一表示方式。视图可以包含定义其所在的一个或多个表中的所有列或某些列。

收货员：WebSphere Commerce 中定义的角色，此角色在供货中心中接收库存、跟踪预期库存记录和订购产品的特别接收、接收因客户退货而退回的产品。

首选货币 (preferred currency)：客户指示的将其作为查看价格之首选的货币。首选货币在客户概要文件中指示。另见**购物货币 (shopping currency)** 和**支持的货币 (supported currency)**。

首选语言 (preferred language)：客户指定进行交易时所用的语言。可以在客户概要文件中，也可以使用 langId 参数（可用于基于 URL 的控制器命令），来指示首选语言。另见**购物语言 (shopping language)**。

输出队列 (output queue)：一般化的机制，用于分离一组在供货过程中需要特殊处理的产品。输出队列可以将关于订购产品的信息定向到打印机或文件。例如，需要特别注意花押字；将作花押字处理的产品发送到同一输出队列将考虑到这一点。

输入方法 (input method)：将击键转换为不能直接输入的文本输入（例如，不是您操作系统本机上的字符）的组件。例如，输入方法组件可用以在英语键盘上输入日语文本。

数据集市 (datamart)：数据仓库的子集，它包含为部门或团队的具体需要而定制的数据。数据集市可以是整个组织的数据仓库的子集。

数据 bean 管理器 (data bean manager)：调用数据 bean 命令以从适当的实体 bean 中读取数据的模块。

数据 bean (data bean)：放置在 JSP 文件中的一类 Java bean。数据 bean 代表应用程序开发者可访问的数据。数据 bean 可以具有相关联的命令，这些命令在 JSP 运行时实例化数据 bean 时被调用。

数据 bean 命令 (data bean command)：与数据 bean 相关的命令，由 JSP 文件调用。此命令为数据 bean 从持久对象（如实体 bean）中检索数据。

属性 (attribute)： 网上商店中商品的属性，如颜色或尺寸。商品可有多种属性。

双重显示 (dual display)： 以购物货币显示货币金额的同时以另一货币显示一个或多个等值价格金额。

税类别 (tax category)： 指示可能要求商店收集的税款的不同类别，例如联邦、州或省和市税款。每一税类别都必须指定税类型之一，可以是销售或装运税。

税类型 (tax type)： 指示税类型，可以是销售或装运税。每一税类型具有其自己唯一的一组税类别。

锁定目标的电子邮件 (targeted e-mail)： 一种基于客户概要文件通过将电子邮件发送到特定收件人进行竞销通信的方法。

所有者 (owner)： (1) 拥有实体的成员。(2) 可访问实体并有权对其进行操作的人。

[T]

特别库存接收 (ad hoc inventory receipt)： 在特定时间到达特定供货中心的实际库存的记录，不是预期库存。

特征属性 (feature attribute)： 指定产品信息如何显示给客户。例如，带有数字描述的特征可以以升序或降序显示给客户。

提货单 (pick ticket)： 打印的文档，包含实现给定提货批量中的发货批次所需的所有产品的列表。提货员按照此文档将必须在提货批量中包含的所有发货批次中包装和装运的产品集中起来。

提货批量 (pick batch)： 在供货中心中作为一个单位来管理的一组发货批次。

提货装货员 (Pick Packer)： 在 WebSphere Commerce 中定义的角色，他从供货中心提取产品并将其包装以装运给客户。提货装货员还管理提货单和装货单，这些单子用于确认订单供货期间的产品装运。

提交边界 (commitment boundary)： 其中没有对作业中暂挂的数据库文件的更改的一个点。

提交控制 (commitment control)： 对文件操作进行分组的一种方法，此方法允许以一个单位处理一组数据库更改，或作为一个单位除去一组数据库更改。

提交 (commit)： 通过释放锁来结束一个单元的工作，以便该单元工作所作的更改可用于其它过程。

通讯录 (address book)： 客户拥有的送货和开票地址集。这些地址对想购买礼物并将其发送到不同地址的客户是十分有用的。

B2B 统一贸易框架 (Unified Trading Framework, UTF)： 可在其上创建所有贸易机制 (trading mechanisms) 的公共体系结构。这包括在内部开发的贸易机制。

B2B 统一业务流程 (Unified Business Flow, UBF)： 允许灵活创建和更改业务过程的功能。统一业务流程允许开发者修改 WebSphere Commerce 中不同子组件间的业务流程。

退货管理员 (Returns Administrator)： 在 WebSphere Commerce 中定义的角色，用来管理退回产品的处理。

退货商品授权 (return merchandise authorization, RMA)： 卖方对客户的授权，用于退回从商店订购的产品和接收返款、退款或替换产品。产品可能无需退回以获得返款、退款或替换产品，这由卖方决定。

退货 (return)： 一种或多种产品、产品价格与指定数量，客户已选择从原来购买这些产品的商店获得退款。退款方式可以是返款、退款或替换产品。根据您的业务，退货并不总需要客户实际返回不想要的产品。例如，杂志订阅的退款不需要实际退回杂志。

[W]

外键 (foreign key)： 指关系数据库中一个表中的键，它引用另一个表的主键。

网关 (gateway)： 一个功能单元，它将一个本地数据网络连接另一个网络。

网上商店 (online store)： (1) 使用因特网技术销售或交换产品或服务的商店。(2) 一组 HTML 和 JavaServer Pages 文件，以及税款、装运、支付、产品目录与其它数据库有用资源。在 WebSphere Commerce 中，这些文件和数据库有用资源都包含在商店归档文件中。WebSphere Commerce 提供可供客户使用的样本商店和参考商店。

未注册客户 (non-registered customer)： 未在商店注册的客户。当客户向购物车中加东西却未注册时，会创建未注册客户。

文档类型定义 (document type definition, DTD)： 指定特定类的 SGML 或 XML 文档结构的规则。DTD 以元素、属性和表示法定义结构，并建立如何在特定类的文档中使用每一元素、属性和表示法的约束。由于 DTD 完整地描述了特定标记语言的结构，所以 DTD 类似于数据库模式。

无状态会话 bean (stateless session bean)： 不维护任何会话状态的会话企业 bean。无状态会话 bean 与容器中的其它 bean 合用。请对照**有状态会话 bean (stateful session bean)**。

无状态 (stateless): 没有对先前的交互操作的记录。无状态服务器进程请求只基于请求本身提供的信息, 不基于对较早的请求的记录。请对照**有状态 (stateful)**。

[X]

下行 (downstream): 沿数据流或指向传输目的地的方向, 通常由信息服务器指向最终用户。

显示格式 (display format): 在多文化商店中, 客户可根据其语言和语言环境来选择的一组显示首选项。例如, 一个多文化商业站点针对美国英语和日语可有不同的显示格式。这些显示格式在文本语言以及诸如货币、度量单位和数据格式等的特征上将有所不同。

显示页面 (display page): (1) 在产品目录中显示类别和产品信息页面。(2) 因响应命令而在网上商店中生成的页面。

现有库存 (inventory on hand): 可用于实际满足订单的库存。

项目 (project): WebSphere Studio 中的文件与有用资源的组织单位。例如, 在 WebSphere Studio 中创建一个项目, 在该项目中可以管理商店的所有 Web 有用资源。

销售策略关联 (merchandising association): 用于销售活动目的的两个产品目录商品间的关联。例如, 照相机可能与一组电池有一种“需要”性的销售策略关联, 而某种衬衫可能与某种裤子有一种“搭售”销售策略关联。

B2B **销售经理 (Sales Manager)**: WebSphere Commerce 中定义的角色, 此角色管理订单处理、确保以对订单正确供货、收到付款并装运订单。销售经理可以搜索客户订单、查看详细信息、管理订单信息、创建和编辑退货。 **B2C** 请参阅 **业务经理 (Operations Manager)**。

小配件 (widget): (1) 图形用户界面 (GUI) 的一个组件, 它显示信息或为用户提供与操作系统和应用程序交互作用的特殊方法。小配件包括图标、下拉菜单、按钮、复选框、滚动条、窗口、表单和许多其它设备, 用于显示信息和邀请、接受和响应用户操作。在面向对象编程中, 小配件的每一类型都定义为一个类 (或广义上一般小配件类下的一个子类), 并总是与特定窗口相关联。小配件通过其小配件类结构实现过程。多数的 (如果不是所有的) 应用程序开发语言 (如 Java) 如今都提供预制的小配件库, 编程人员可以将其编入或修改。

协作过滤 (collaborative filtering): 一种基于一些其他人的意见和评价来计算用户之间的相似性的技术。协作过滤把与当前客户最相似的那些客户的行为用作当前用户作预测和推荐的实用基础。

兴趣商品 (interest item): 购物者指示要复现或可能购买的商品。兴趣商品与购买量信息一起存储, 而不是与价格信息。兴趣商品列表由一个或多个兴趣商品构成。

形象 (impression): 在 Web 广告中, 被访问到的页面上的广告的外观。例如, 若 Web 页面显示三个广告, 则每个广告都将有一个形象。在线发行人经常根据形象销售广告空间。请对照**点击率 (clickthrough rate)**。

[Y]

压缩 (compress): 用以减小一组数据 (例如文件) 的大小, 以便节省空间或传送时间。

延迟交货 (backorder): 库存分配已确定产品未提供时已订购产品的状态。

样本商店归档文件 (sample store archive): 将用于复制并用作创建新商店的基础的商店归档文件 (store archive)。样本商店归档文件可以多次复制和发布; 它们不包含特定于数据库特定实例的生成的主键。相反, 它们使用标识解析器在发布时解析的内部别名。与 WebSphere Commerce 一起提供的样本商店是样本商店归档文件。

样本商店 (sample store): 具有完全功能的网上商店, 以商店归档文件格式 (store archive format) 与 WebSphere Commerce 一起提供。样本商店设计用于作为您创建网上商店的基础。

B2B **业务策略 (business policy)**: 商店或商店组所遵循的一组规则, 它们定义业务过程、工业惯例, 以及商家出售物的作用域和特征。

B2C **业务经理 (Operations Manager)**: WebSphere Commerce 中定义的角色, 此角色管理订单处理、确保以对订单正确供货、收到付款并装运订单。业务经理可以搜索客户订单、查看详细信息、管理订单信息、创建和编辑退货。 **B2B** 请参阅 **销售经理 (Sales Manager)**。

B2B 请参阅 **销售经理 (Sales Manager)**。

异常情况 (exception condition): 执行程序期间可能出现的不正常的情况。

引用量 (referral): 显示第三方商务或 Web 站点引导客户查看 Web 站点的次数记录。卖方或第三方为识别目的测量引用量数目时, 可以识别引用量。在卖方为自己的目的测量引用量时, 也可能不能识别。引用量可以通过各种技术来测量, 包括点击流分析、点击率、加盟市场营销服务和调查。

应用程序分区 (application partitioning): 在调度程序中, 运行紧张的作业分组在一起。这有助于避免使调度程序的缺省应用程序池重载。

应用程序服务器 (application server): 分布式网络中的服务器程序, 它为应用程序提供执行环境。例如, WebSphere Commerce Server 为网上商店提供执行环境。

应用程序开发者 (application developer): WebSphere Commerce 中定义的角色, 负责创建初始商店、成员组、产品显示与其它商店页面、购物隐喻以及包括税款与装运的订单和支付系统。应用程序开发者还负责商店的外观以及所需的任何代码定制。

应用程序 (application): 在 Java 编程中, 它是一种有一个静态主方法的独立的自包含 Java 程序。它不需要 applet 查看器。请对照 **applet**。

用户组 (user group): 请参阅 **客户组 (customer group)**。

用于 Java Message Service 的 MQSeries(R) 类: 一组 Java 类, 它们实现 Sun Microsystems, Inc. 的 Java Message Service (JMS) 接口以使 JMS 程序可以访问 MQSeries 系统。

优选销售 (up-sell): 一种对与当前显示或所选产品属于同一产品线的相关的但价格较高的产品的产品推荐 (product recommendation)。另见 **交叉销售 (cross-sell)**。

有状态会话 bean (stateful session bean): 它是代表单个客户机进行操作的会话企业 bean, 它还跨多种方法的调用和事务来维护特定于客户机的会话信息 (称为会话状态)。请对照 **无状态会话 bean (stateless session bean)**。

有状态 (stateful): 此特性描述跟踪交互状态的系统或进程。请对照 **无状态 (stateless)**。

域名 (domain name): 在因特网通信协议中, 指网络中一个主机系统的名称。域名由定界符字符分隔的子名序列组成。

预期库存记录 (expected inventory record): 列出已从供应商订购并期望卖方接收的库存。预期库存记录可能包含多个商品、供货中心和日期的信息。另见 **库存接收 (inventory receipt)**。

预期库存 (expected inventory): 已从供应商订购并期望卖方接收的库存。此信息包含在预期库存记录 (expected inventory record)。

运行时环境 (run-time environment): (1) 执行环境。(2) 在 WebSphere Commerce 中, 执行业务的正在运行的 Web 站点。

[Z]

载货单 (manifest): 可包含跟踪鉴定信息的装运确认。

在线产品目录 (online catalog): 一般性术语, 代表可在网上商店显示与购买的产品目录组或产品目录条目的集合。

站点管理员 (Site Administrator): 在 WebSphere Commerce 中定义的角色, 负责安装、配置与维护 WebSphere Commerce 以及相关软件与硬件。站点管理员对系统警告、警报与错误做出响应, 并负责诊断与解决系统问题。此角色通常控制访问和授权、管理 Web 站点、监视性能以及管理负载平衡任务。

折扣 (discount): 为促进购买而提供给客户的价格刺激。

支持货币 (supported currency): 网上商店能够显示与处理的货币。另见 **购物货币 (shopping currency)** 和 **首选货币 (preferred currency)**。

主产品目录 (master catalog): 包含所有产品、库存标识、描述和每一产品的标准定价的主产品目录。每一产品属于某一单一类别。另见 **在线产品目录 (online catalog)**。

主机名 (host name): 在因特网系列协议中, 赋给计算机的名称。有时, **主机名**指全限定域名; 其它时候, 它指全限定域名中的最具体的子名。例如, 如果 mycomputer.city.company.com 是全限定域名, 则以下任何一个名称都可视为主机名:

- mycomputer.city.company.com
- mycomputer

主机 (host): 提供到网络的访问点的计算机。主机可以是客户机、服务器或同时是客户机和服务器。

主键 (primary key): 在关系数据库中, 唯一标识数据库表的一行的键。

注册客户 (registered customer): 已在商店注册的客户。要进行注册, 客户应向 WebSphere Commerce 系统提供个人信息, 如电子邮件地址。

装货单 (packing slip): 包含给定发货批次中所有产品的列表的打印文档。通常, 此文档也包含送货地址、装运递送者信息, 有时还包含定价信息。装货员按照装货单包装发货批次中的产品以便进行装运。装货单自身则可能包含在打包销售商品中, 以便客户可以验证发送的是否是正确的产品。

装运递送者 (shipping carrier): 提供从供货中心到客户的装运服务的公司。

装运类别 (shipping category): 定义装运规格, 通常根据重量、大小或者金额的范围来确定。例如, 您可以有标准大小产品的装运类别和特大型产品的装运类别。这些装运类别将具有不同的装运价格。WebSphere Commerce 定义两个缺省的装运类别: 按照商品计费 and 按照订单计费。这两个类别不能更改也不能删除。

装运提供者 (shipping provider): 装运递送者和递送者提供的服务类型的组合。例如, 某一装运提供者可能是 XYZ 快递, 隔夜服务。

状态机器 (state machine): 在 WebSphere Commerce 中, 状态机器加强用户操作的有效性、跟踪业务过程中实例内的操作的执行、为运行时用户界面提供业务过程实例的操作列表。在这操作过程中, 状态机器使得可以配置和执行工作流程中的后续步骤。

状态 (state): (1) 对象生命周期中标识此对象的当前状态的阶段。排列多个状态可以创建业务流程。另见 **状态机器 (state machine)**。(2) 在 VisualAge for Java 中, 在对象的公共和私人数据成员中被证明的对象特征, 可分为两个类别: 本质状态和非本质状态。

资源束 (resource bundle): 包含商店页面的文本。如果商店支持多种语言, 则资源束将包含多个绑定, 即每种语言有一个绑定。按照 Java PropertyResourceBundle API 创建与访问绑定文件。

B2B **资源组 (resource group)**: 一组资源, 可包含业务对象, 例如合同或一组相关命令。在访问控制策略中, 资源组指定策略授权访问的资源。

子订单 (suborder): 向特定地址发送的订单部分。一个订单可以由多个子订单组成。例如, 客户可以为购物车中的不同产品指定不同的送货地址。每个送货地址以及与其相关的产品即构成一个子订单。

子类别 (child category): 在层次结构中属于另一个类别下级的类别。另见父类别 (*parent category*)。

自动删除关联 (delete cascade): 删除某一行时引起对数据库中的另外一些行执行操作的 DB2(R) 过程。

纵向可伸缩性 (vertical scalability): 在单一机器上多个 Java 虚拟机进程的创建。

组合键 (compound key): 在关系数据库中, 在一个关系中包含两个或多个属性的键。

B2B **组织管理员 (organization administrator)**: 在 WebSphere Commerce 中, 成员组织的代表, 他建立组织核准流程, 指定角色给组织内的用户。

最小产品目录条目 (atomic catalog entry): 可购买产品目录条目的不可分割的集合。通常称为**打包销售商品**。

作业 (job): 一种 WebSphere Commerce 命令, 可调度在指定时间或时间间隔内运行。

A

applet: 一种由 Java 编程语言写的应用程序, 可被 Web 服务器检索到并由 Web 浏览器执行。对 applet 的引用出现在 Web 页的标记中, 显示方式与对图形文件的引用相同; 浏览器检索 applet 的方法与检索图形文件的方法一样。出于安全考虑, applet 的访问权受两方面的限制: applet 不能访问它正在其上执行的客户机的文件系统, applet 只能通过网络与它下载所来自的服务器进行通信。请对照 **servlet**。

ASCII (美国信息交换标准代码): 表示使用二进制值字符的标准代码。此标准代码用于数据处理系统、数据通信系统和相关联设备之间的信息交换。ASCII 字符集使用数字 0 到 127 表示所有的英语字符以及特殊的控制字符。多数的基于 PC 的系统使用 8 位扩展的 ASCII 代码, 其中额外的 128 个字符用于表示特殊符号、外国语言字符和图像符号。UNIX(R) 和基于 DOS 操作系统 (Windows NT(R) 除外) 为文本文件使用 ASCII。Windows NT 使用更新的 Unicode 标准。转换程序允许不同的操作系统将文件从一种代码更改到另一代码。

ATP 库存 (ATP inventory): 请参阅**可承诺库存**。

B

B2B (商家到商家): B2B 电子交易软件构建 Web 站点, 以在商家之间交换产品、服务或信息。B2B 交易通常在买方、供应商、生产商、销售商、经销商和贸易伙伴之间发生。请对照 **B2C**。

B2C (商家到消费者): B2C 电子交易软件构建 Web 站点, 以在商家和消费者之间交换产品、服务或信息。也称为电子交易的零售部分。请对照 **B2B**。

Bean: JavaBeans 组件的定义或实例。请参阅 **Java bean**。

bean 管理的持久性 (BMP): 在 EJB Development Environment 中, 由实体 bean 管理的持久性。请对照**容器管理的持久性 (CMP)**。

beaninfo: (1) 一个 Java 类, 提供关于属性、事件、bean 类方法的显式信息。(2) 在 VisualAge for Java IDE 中, 是类浏览器中的一个页面, 提供 bean 信息。

BMP: 请参阅 **bean 管理的持久性**。

C

CCF: 请参阅公共连接器框架 (*Common Connector Framework*)。

CMP: 请参阅容器管理的持久性 (*container-managed persistence*)。

Common_Connector_Framework: 接口和类定义, 它们提供一种与来自 Java 执行环境的企业资源 (如 CICS(R) 和 Encina(R) 事务) 进行交互的一致方法。

CSR: 请参阅客户服务代表 (*Customer Service Representative*)。

D

DMZ: 请参阅非限制区域 (*demilitarized zone*)。

DTD: 请参阅文档类型定义 (*document type definition*)。

E

EDI: 请参阅电子数据交换 (*electronic data interchange*)。

EJB: 请参阅企业 *JavaBeans* (*Enterprise JavaBeans*)。

EJB 容器 (EJB container): 管理一个或多个企业 bean 的运行环境。EJB 容器管理企业 bean 对象的生命周期, 协调分布式事务并实现对象安全性。通常每个 EJB 容器都由 EJB 服务器提供, 且包含一系列运行在服务器上的企业 bean。

Enterprise JavaBeans: 由 Sun Microsystems, Inc. 定义的一种分布式组件体系结构。

H

HTML: 请参阅超文本标记语言 (*Hypertext Markup Language*)。

HTTP: 请参阅超文本传输协议 (*Hypertext Transfer Protocol*)。

HTTP Web 控制器 (HTTP Web controller): 请参阅 *Web 控制器 (Web controller)*。

I

IDE: 请参阅集成开发环境 (*Integrated Development Environment*)。

IP 地址 (IP address): 指定因特网中每个设备和工作站位置的独有的 32 位地址。例如, 9.41.41.103 是一个 IP 地址。

ISO 4217: 国际标准化组织采用的三字母格式标准, 用于指示以何种货币表示货币金额。例如, 美元以 USD 表示。

J

JAR 文件格式 (JAR file format): JAR (Java 归档) 是独立于平台的文件格式, 它将多个文件聚集成一个。多个 Java applet 及其组件 (.class 文件、图像、声音及其它资源文件) 可绑定在一个 JAR 文件中并在单个 HTTP 事务中按顺序下载到浏览器中。

Java 数据库连通性 (Java Database Connectivity, JDBC): 使 Java 程序能够访问使用 SQL 查询的数据库的规范。

Java 消息服务 (Java Message Service, JMS): Sun Microsystems, Inc. 的 API, 支持称为网络中计算机间消息传递的正式通信。通过使用 JMS 接口, 程序员可以调用企业消息传递系统, 例如 MQSeries(R)。

Java bean: 遵循 Sun Microsystems, Inc. JavaBeans 规范的可重用软件组件。Bean 具有实现它们属性、方法和事件的标准方法, 因此可以通过程序方式来检查和操作。WebSphere Commerce 和 Commerce Studio 包含特定于 WebSphere Commerce 的 bean, 您可以使用这些 bean 将动态信息添加到以 JavaServer Pages 技术创建的商店页面中。

JavaBeans: 由 Sun Microsystems 定义的一种可移植的、独立于平台的可重用组件模型。

JavaScript: 类似 Java 的 Web 脚本语言。

JavaServer Pages (JSP): 一种服务器端的脚本编制技术, 使您可将 Java 代码嵌入静态 Web 页面 (HTML 文件) 和当页面被服务器处理时执行 Java 代码。因此您可使用 JSP 技术创建产品数据页面, 页面通常包含动态内容, 如产品、产品价格和属性。

Java(TM): 一种用于可移植解释性代码的面向对象的编程语言, 它支持远程对象间的交互。Java 由 Sun Microsystems, Inc 开发和指定。

JDBC: 请参阅 *Java 数据库连通性 (Java Database Connectivity)*。

JSP: 请参阅 *JavaServer Pages*。

JSP 文件 (JSP file): 以 .jsp 扩展名命名的文件, 开发者使用标准的 HTML 标记、核心 JSP 标记、定制 JSP

标记和脚本语言语句编写，以便在 Web 浏览器中显示动态页面。[Sun Microsystems, Inc.]

JSP 页面 (JSP page)：使用固定的模板数据和 JSP 元素的基于文本的文档，它描述如何处理请求以创建响应。[Sun Microsystems, Inc.]

L

LDAP：请参阅轻量级目录访问协议 (*Lightweight Directory Access Protocol*)。

LikeMinds Personalization Server：该软件负责实现协作过滤推荐。

LUHN 公式 (LUHN formula)：许多信用卡公司使用的行业标准，用以从根本上防止信用卡欺诈。

P

PGP：请参阅极佳隐私。

Q

400 QNETCOMM：(1) WebSphere Commerce 产品库的名称。(2) WebSphere Commerce 作业的子系统空间。(3) 缺省 Web 服务器实例的名称；此 Web 服务器实例用于运行多个 WebSphere Commerce 实例。

R

B2B RFQ：请参阅报价请求 (*request for quote*)。

B2B RFQ 响应 (RFQ response)：当使用 RFQ 贸易机制时，卖方给已向其发送 RFQ 的买方发送的应答。RFQ 响应指示卖方将产品或服务销售给买方的条款和条件。

RMA：请参阅退货商品授权 (*return merchandise authorization*)。

S

SAR 文件格式 (SAR file format)：在 WebSphere Commerce 中，SAR (商店归档文件) 是一种独立于平台之外的文件格式，它将许多文件集成为一个文件。请参阅商店归档文件。

servlet：一种可在 Web 服务器上执行的、用 Java 编程语言写的应用程序。对 servlet 的引用出现在 Web 页面的

标记中，显示方式与对图形文件的引用相同。Web 服务器执行 servlet 并将执行结果 (如有的话) 发送给 Web 浏览器。请对照 *applet*。

servlet 引擎 (servlet engine)：管理 servlets 的 Web 应用程序服务器的功能。它管理 servlet 的创建与删除、为它收到的每个 URL 调遣适当的 servlet，并指定在启动时将哪个 servlet 自动装入内存以及接到初始请求时装入哪个 servlet。

SET 安全电子交易 (SET Secure Electronic Transaction) (TM)：一种通过开放式网络 (如因特网) 进行安全信用卡与借记卡支付的行业标准。SET(TM) 协议可确保信息机密性、所有传输数据的完整性、对持卡人与商家的认证以及互操作性。

SMTP：请参阅简单邮件传送协议 (*Simple Mail Transfer Protocol*)。

SSL：请参阅安全套接字层 (*Secure Sockets Layer*)。

S-HTTP：请参阅安全超文本传输协议 (*Secure Hypertext Transfer Protocol*)。

T

TCP/IP：请参阅传输控制协议 / 因特网协议 (*Transmission Control Protocol/ Internet Protocol*)。

U

B2B UBF：请参阅统一业务流程 (*Unified Business Flow*)。

Unicode：通用字符编码标准，支持以当今任何语言所写文本的交换、处理和显示。它还支持多种语言的许多古典和历史文本。Unicode 标准有由 ISO 10646 定义的 16 位国际字符集。

URL：因特网上的文件地址。URL 包含协议名称、全限定域名以及路径和文件位置。另见 *URL 命令 (URL command)*。

URL 命令 (URL command)：具有 URL 界面的控制器命令 (*controller command*)。可以通过在浏览器中输入 URL 来调用 URL 命令。

B2B UTF：请参阅统一贸易框架 (*Unified Trading Framework*)。

W

Web 服务器实例 (Web server instance) : 支持一个或多个 WebSphere Commerce 实例的 Web 服务器的独特配置。

Web 服务器 (Web server) : Web 上为 HTTP 文档请求提供服务的服务器。Web 服务器控制进出 WebSphere Commerce 的交易流。它可保护客户交易的机密性并确保将用户身份安全传送到 Websphere Commerce Server。Web 服务器实现安全套接字层 (Secure Sockets Layer, SSL) 协议来达到此安全性级别。

Web 控制器 (Web controller) : WebSphere Commerce 命令的适配器。Web 控制器可以有多种不同类型, 每种客户机调用协议 (如 HTTP 请求或 MQSeries 请求) 都对应一种 Web 控制器类型。

Web 应用程序文档根路径 (Web application document root) : 存储应用程序的 Web 有用资源 (如静态 HTML、JSP 文件与 GIF) 的文件系统内的位置。

Web 应用程序 Web 路径 (Web application Web path) : 与 Web 应用程序相关联的 URL 的一部分。

WebSphere 贸易加速器 (WebSphere Commerce Accelerator) : WebSphere Commerce 中在线工具的工作台, 用于通过多种不同的商店运作维护网上商店。如果 WebSphere Commerce 机器上可以使用多种语言, 则您可以为每一语言完成这些任务。如果指定您一个具有实现角色的角色, 则您也可以选择与使用 WebSphere 贸易加速器的商店相关联的供货中心。被授权在您的角色下执行的任务显示在 WebSphere 贸易加速器主菜单上。这些任务以用户角色和权限级别为基础。

WebSphere Application Server: 用于部署和管理 Web 应用程序的基于 Java servlet 的 WebSphere Application Server。WebSphere Application Server 是基于服务器端的 Java 编程模型的 Web 服务器插件, 此模型使用 servlet、JavaServer Pages 文件和企业 bean。

WebSphere Commerce 实例 (WebSphere Commerce instance) : WebSphere Commerce 的独特配置, 用来支持电子交易 Web 站点, 此站点可能包含一个或多个商店。

WebSphere Commerce 数据库 (WebSphere Commerce database) : 包含网上商店操作数据的数据库。

WebSphere Commerce bean: WebSphere Commerce 和 Commerce Studio 中包含的一组 Java bean, 它们从数据库表访问信息。使用这些 bean 创建商店页面使您可显示经常更改的信息, 例如类别、产品列表或产品价格。

WebSphere Commerce Server: 处理电子交易解决方案中与商店或贸易相关的功能的服务器。Websphere Commerce Server 在 Web 容器和 EJB 容器中提供所有 WebSphere Commerce 功能。

WebSphere Commerce Studio: WebSphere Commerce Studio 有三个版本: Developer Edition、Professional Developer Edition 和 Business Developer Edition。所有版本都包括开发商店的 Web 有用资源所需的工具。

WebSphere Studio: WebSphere Studio 是一组工具套件, 可将 Web 站点开发的所有方面引入一个公共界面, 从而允许您从一个中心位置创建、管理与维护站点。

WYSIWYG (所见即所得) : 文本编辑器的功能, 可连续显示页面, 并且在打印或通过 Web 浏览器查看时所显示的完全一致。

X

X.509 证书 (X.509 certificate) : 对进入受保护的 WebSphere Commerce 站点用户进行的客户证书认证。

声明

Note to U.S. Government Users — — Documentation relating to restricted rights — — Use, duplication, or disclosure is subject to restrictions set forth in GSA ADP Schedule Contract with IBM Corp.

本信息是为美国提供的产品和服务而编写的。IBM 可能在其它国家或地区不提供本文档中讨论的产品、服务或功能特性。有关您当前所在区域的产品和服务的信息，请向您本地 IBM 代理咨询。任何对 IBM 产品、程序或服务的引用并非意在明示或暗示只能使用 IBM 的产品、程序或服务。只要不侵犯 IBM 的知识产权，任何同等功能的产品、程序或服务，都可以代替 IBM 产品、程序或服务。但是，评估和验证任何非 IBM 产品、程序或服务，则由用户自行负责。

IBM 公司可能已拥有或正在申请与本文档内容有关的各项专利。提供本文档并未授予用户使用这些专利的任何许可证。您可以用书面方式将许可证查询寄往：

IBM Director of Licensing
IBM Corporation
North Castle Drive
Armonk, NY 10504-1785
U.S.A.

有关双字节（DBCS）信息的许可证查询，请与您所在国家或地区的 IBM 知识产权部门联系，或用书面方式将查询寄往：

IBM World Trade Asia Corporation Licensing
2-31 Roppongi 3-chrome, Minato-ku
Tokyo 1061, Japan

本条款不适用英国或任何这样的条款与当地法律不一致的国家或地区：

国际商业机器公司以“按现状”的基础提供本出版物，不附有任何形式的（无论是明示的，还是默示的）保证，包括（但不限于）对非侵权性、适销性和适用于某特定用途的默示保证。某些国家或地区在某些交易中不允许免除明示或默示的保证。因此本条款可能不适用于您。

本信息中可能包含技术方面不够准确的地方或印刷错误。此处的信息将定期更改；这些更改将编入本出版物的新版本中。IBM 可以随时对本出版物中描述的产品和 / 或程序进行改进和 / 或更改，而不另行通知。

本信息中对非 IBM Web 站点的引用都只是为了方便起见才提供的，不以任何方式承担对那些 Web 站点的保证。那些 Web 站点中的资料不是 IBM 产品资料的一部分，使用那些 Web 站点带来的风险将由您自行承担。

IBM 可以按它认为适当的任何方式来使用和分发您提供的任何信息而无须对您承担任何责任。

本程序的被许可方如果要了解有关程序的信息以达到如下目的：（i）允许在独立创建的程序和其它程序（包括本程序）之间进行信息交换，以及（ii）允许对已经交换的信息进行相互使用，请与下列地址联系：

Lab Director
IBM Canada Ltd. Laboratory
8200 Warden Avenue
Markham, Ontario
L6G 1C7
Canada

只要遵守适当的条件和条款，包括某些情形下的一定数量的付费，都可获取这方面的信息。

本资料中描述的许可程序及其所有可用的许可资料均有 IBM 依据 IBM 客户协议、IBM 国际程序许可证协议或任何同等协议中的条款提供。

涉及非 IBM 产品的信息可从这些产品的供应商、其出版说明或其它可公开获得的资料中获取。IBM 没有对这些产品进行测试，也无法确认其性能的精确性、兼容性或任何其它关于非 IBM 产品的声明。有关非 IBM 产品性能的问题应当向这些产品的供应商提出。

本信息可能包含日常商业运作中使用的数据和报表。为了尽可能完整地说明它们，这些示例包含了个人、公司、品牌和产品的名称。所有这些名称都是虚构的，任何与实际商务企业使用的名称和地址的雷同纯属巧合。

本文档可能包含其它公司产品的信息，包括引用这些公司的因特网站点。IBM 对这些产品的精确性、完整性或使用不承担任何责任。

本产品是基于 SET 协议的。

版权许可证：

此信息中包含用源语言写的样本应用程序，阐述了在各种操作平台上的编程技术。为了使开发、使用、行销或分发应用程序与编写的样本程序所在的操作平台提供的应用程序接口相一致这一目的，可以以任何形式，复制、修改并分发这些样本程序，而不必向 IBM 付费。这些示例尚未在所有条件下进行彻底的测试。因此，IBM 不能保证或默示这些程序的可靠性、适用性或它们的功能。为了使开发、使用、行销或分发应用程序与 IBM 的应用程序的编程接口相一致，可以以任何形式复制、修改并分发这些样本程序，而不必向 IBM 付费。

这些样本程序的每个副本或任何部分，或任何派生产品都必须包含如下版权声明：

(C) (your company name) (year). Portions of this code are derived from IBM Corp. Sample Programs. (C) Copyright IBM Corp. 1996, 2003. All rights reserved.

商标

IBM 徽标和以下术语是国际商业机器公司在美国和 / 或其它国家或地区的商标或注册商标：

- AIX

- DB2[®]
- DB2 Extenders
- DB2 Universal Database
- IBM iSeries
- Intelligent Miner
- Lotus
- MQSeries
- OS/390[®]
- S/390
- SecureWay[®]
- VisualAge[®]
- WebSphere
- z/OS[™]
- zSeries
- 400[®]

Java 和所有基于 Java 的商标和徽标是 Sun Microsystems, Inc. 在美国和 / 或其它国家或地区的商标。

Microsoft、Windows 和 Windows 徽标是 Microsoft Corporation 在美国和/或其它国家或地区的注册商标。

SET 和 SET 徽标是 SET Secure Electronic Transaction[™] LLC 所拥有的商标。

UNIX[®] 是 The Open Group 在美国和其它国家或地区的注册商标。

其它公司、产品或服务名称可能是其它公司的商标或服务标记。

索引

[B]

报表

库存

按产品列出库存接收 103

公开的预期库存记录 103

库存调整 103

库存状态 103

延迟交货产品 103

报价请求 109

过程 110

[C]

策略, 业务

产品目录 55

客户权利 105

退货 75

产品

指定折扣 80

产品顾问

隐喻 94

产品比较统计信息 104

产品顾问统计信息 103

产品探测统计信息 104

销售辅助统计信息 104

产品目录 35

创建方法 38

理解 35

样本产品

装入程序软件包 38

主 40, 53, 105

[G]

供应商 51

[H]

合同, 缺省 105

[J]

角色 21

产品经理 22

商店开发者 22

市场部经理 22

数据库开发者 22

站点管理员 22

Web 设计者 22

竞销 84

广告副本 82

竞销活动

推广广告 84, 86

推荐销售 84, 85

协作过滤 84

[K]

开发周期 21

部署 25

测试 25

产品目录建立 25

商店开发 24

设计 24

需求收集 23

客户服务代表 65

客户订单 71

拍卖 100

注册信息 65

客户概要文件 83

库存 16

报表

按产品列出库存接收 103

公开的预期库存记录 103

库存调整 103

库存状态 103

延迟交货产品 103

分配 50

可承诺 (ATP) 50

特别接收 52

预期库存记录 52

[P]

拍卖 97

规则 97

价格机制 97

库 98

类型

封闭投标 98

公开叫卖 98

荷兰式 98

受管于

客户服务代表 100

配置管理器 44

[Q]

缺省合同 105

[S]

商店

创建 27

多文化商店 32

样本商店 29

商业帐户 105

市场部经理 79

产品详细信息 55

竞销 87

客户概要文件 83

市场营销

报表 103

电子广告位 82

竞销 84

客户概要文件 83

赠券促销 87

[T]

退货 75

报表 104

部分接收的退货 104

退货接收未处理 104

未完成的退货 104

核准 75

使用退货 75

收费 75

退货原因 75

退货, 系统拒绝 76

[X]

协作 113

[Y]

业务策略

产品目录 55

客户权利 105

退货 75

[Z]

帐户 105

报表 102

装入程序软件包 38

子系统

产品目录 15

成员 15

子系统 (续)

 订单 16

 库存 16

 贸易 16

 市场营销 16

C

Commerce Studio 11

I

IBM WebSphere Catalog Manager 25

Q

QuickPlace 113

W

WebSphere Commerce

 组件 8

 管理控制台 44

 捆绑软件 10

 数据库 9

 Web 服务器 9

 Web Application Server 8

 WebSphere 贸易加速器 15

 WebSphere Commerce Payments 10



部件号: CT20BSC

中国印刷

G152-0679-00



(1P) P/N: CT20BSC



Spine information:



IBM WebSphere Commerce 基础

版本 5.5